

Årsredovisning 2000



Innehåll

Bringwell i korthet	1	Resultaträkning – koncernen	17
Bringwell kliver fram på marknaden	2	Balansräkning – koncernen	18
Historik	4	Kassaflödesanalys – koncernen	20
Organisation och personal	5	Resultaträkning – moderbolaget	21
Hälsovårdsmarknaden	7	Balansräkning – moderbolaget	22
Affärsidé	8	Kassaflödesanalys – moderbolaget	24
Verksamhetsmål	8	Noter och bokslutskommentarer	25
Strategisk inriktning	9	Revisionsberättelse	31
Affärsområden	10	Bringwell-aktien	32
Marknadskommunikation	12	Styrelse och revisorer	33
Logistik, Distribution, Teknik	14	Ledande befattningshavare	34
Förvaltningsberättelse	15	Bolagsinformation	35

Bringwell i korthet

USP Health Care AB bildades 1994 och bedrev initialt begränsad agentverksamhet avseende vissa kosttillskotts- och kosmetik-produkter.

1997 preciserades nuvarande affärsidé: att genom innovativa produkter och lätt-tillgänglig distribution tillfredsställa konsumenternas behov av produkter som ger bättre hälsa samt ökar välbefinnandet och livskvaliteten.

1999 tecknades avtal med norska Natural om rätt till försäljning i Sverige av viktreduktionspreparatet Tonalin.

Samtidigt formulerades en ny strategi för bolaget med fokus på försäljning av kända läkemedels- och hälsovårdsprodukter via Internet.

2000 bytte bolaget namn till Bringwell International AB.

Bringwell har ambitionen att utvecklas till ett komplett hälsovårdsföretag med försäljning till såväl grossister/detaljister som direkt till konsument via ett flertal kanaler. Denna ambition återspeglas i det senaste verksamhetsårets aktiviteter och försäljningsresultat.



Bringwell har ambitionen att utvecklas till ett komplett hälsovårdsföretag med försäljning till såväl grossister/detaljister som direkt till konsument via ett flertal kanaler.

ÅRET I SAMMANDRAG

- USP Health Care AB bytte i juni 2000 namn till Bringwell International AB.
- Försäljningen ökade till 25,6 MSEK från 6,8 MSEK (18 mån).
- Resultat före skatt blev -19 MSEK mot föregående år -15 MSEK (18 mån).
- Beslut togs om internationell Internetsatsning för försäljning direkt till konsument. Uppbyggnad av plattform för e-handel i Europa utförd. Utvecklingskostnad ca 14 MSEK.
- www.bringwell.se, Sveriges ledande e-handelsplats inom hälsoområdet öppnades i juni 2000.
- Grossist- och detaljstförsäljningen fortsätter från 1 juli 2000 i dotterbolaget USP Health Care AB och nationella dotterbolag bildas för e-handel i varje land under namnet Bringwell.
- Styrelsen, ledningen och organisationen har kraftigt förstärkts under året.
- Två nyemissioner under året har tillfört bolaget 57 MSEK. Likvida medel uppgick till 45 MSEK vid verksamhetsårets utgång.
- Aktien noterades på OM Stockholmsbörsen, Nya Marknaden den 14 april 2000 med Swedbank som sponsor.

FRAMTIDA UTVECKLING

- Positiv försäljningsutveckling med satsning på nya produkter för försäljning via grossist/detaljist.
- Fortsatt utveckling av företagets e-handelsplats och satsning på försäljning till konsument såväl via Internet som genom postorder och "hälsoapotek".
- Budgeterad verksamhet balanseras väl av tillgängliga likvida medel.
- Internetsatsning internationellt, vilket fordrar nytt riskvilligt kapital.
- Nyemission och O-listenotering beräknas ske senast under våren 2001.



Bringwell kliver fram på marknaden



Hans Flodh, VD Bringwell International AB

Bringwell är i färd med att utvecklas till ett komplett hälsovårdsföretag med försäljning till såväl grossister/detaljister som direkt till konsument dels via Internet, dels via andra kanaler.

Försäljningen till grossister/detaljister fyrdubblades under verksamhetsåret. Samtidigt byggde företaget en europeisk plattform för e-handel och öppnade 7 juni Sveriges ledande e-handelsplats för hälsoprodukter.

Off-line försäljningen via grossister/detaljister och direkt till konsument beräknas utvecklas kraftigt under kommande verksamhetsår för att i det korta perspektivet öka bolagets intjäningsförmåga och bygga bredare och djupare kundkontakter. På lång sikt skapas härigenom också viktiga administrativa, kunskaps- och marknadsmässiga synergier till handeln via Internet.

Försäljningen av kända varumärken via Internet har den största tillväxtpotentialen och beräknas på sikt utgöra det största av bolagets verksamhetsområden. Det är också det mest kapitalkrävande området och förutsätter att nytt riskvilligt kapital kan tillföras bolaget för aktiv marknadsföring internationellt.

E-handelsverksamheten i Sverige omfattar idag ca 1500 produkter inom hälsovårdsområdet. På sikt planeras även för läkemedelsförsäljning via Internet. I Sverige kräver detta en avveckling av statens läkemedelsmonopol. I övriga Europa är e-handel med läkemedel i viss utsträckning möjlig redan idag.

Den globala läkemedelsindustrin genomgår idag omfattande förändringar, dels för att möta en allt hårdare konkurrens, dels för att ta vara på de möjligheter till bredare och öppnare marknadsföring som skapats av en i många länder begynnande avreglering av marknaden.

Läkemedel har tidigare marknadsförts uteslutande till läkare. Förändrade regelverk i många länder och särskilt i USA har möjliggjort direktmarknadsföring till nya målgrupper inklusive enskilda konsumenter/patienter. En ökad tillgänglighet av olika läkemedel har gått hand i hand med en tydlig tendens hos konsumenter/patienter att vilja ta större ansvar för sin egen hälsa och engagera sig mer i val och inköp av läkemedels- och hälsovårdsprodukter. I detta perspektiv utgör e-handeln med hälsovårdsprodukter och läkemedel en ytterligare möjlighet till kostnadsbe-

sparingar samtidigt som individens önskan att medverka i produktval och inköp ökar.

Utan tvivel kommer Internet att bli framtidens redskap för effektiv och snabb marknadsföring av läkemedelsnära produkter samt en försäljningskanal vars potential är mycket stor på 5-10 års sikt. Utvecklingen i ett antal företag i USA vittnar om att tillväxten går snabbt. Flera fristående analysföretag gör bedömningen att hälsa och läkemedel kommer att bli ett av de största segmenten på e-handelsarenan.

Sverige har en unik möjlighet att ta en ledande position avseende e-handel kopplat till hälsa och läkemedel. Eftersom Internetpenetrationen är betydligt högre i Sverige än i de flesta andra europeiska länder finns förutsättningarna att påbörja vår satsning här och relativt omgående föra ut konceptet i Europa.

Framtida expansion på nya marknader - Internet och internationellt - sker i takt med att nytt riskvilligt kapital för dessa

ändamål kan erhållas. Den turbulens som f.n. råder på marknaden för bolag som har koppling till Internet och e-handel kan temporärt försena denna utveckling och är också en av anledningarna till att företaget även stärker positionerna inom off-line-verksamhet som på kort sikt säkrar snabbare resultattillväxt.

Jag är övertygad om en på sikt mycket god utveckling för Bringwell och företagets Internetsatsning och i förlängningen för Bringwells aktieägare.

Stockholm i September 2000



Hans Flodh
Verkställande Direktör
Bringwell International AB

Historik

Genom innovativa produkter och lättillgänglig distribution tillfredsställa konsumenternas behov av produkter som ger bättre hälsa samt ökar välbefinnandet och livskvaliteten.

USP bildades i Sundsvall 1994 av grundaren och entreprenören Ulf Söderberg. Ändamålet för företagets verksamhet var att bedriva begränsad agentverksamhet avseende vissa kosttillskotts- och kosmetik-produkter.

Under 1997 utvecklades och preciserades Bolagets affärsidé till:

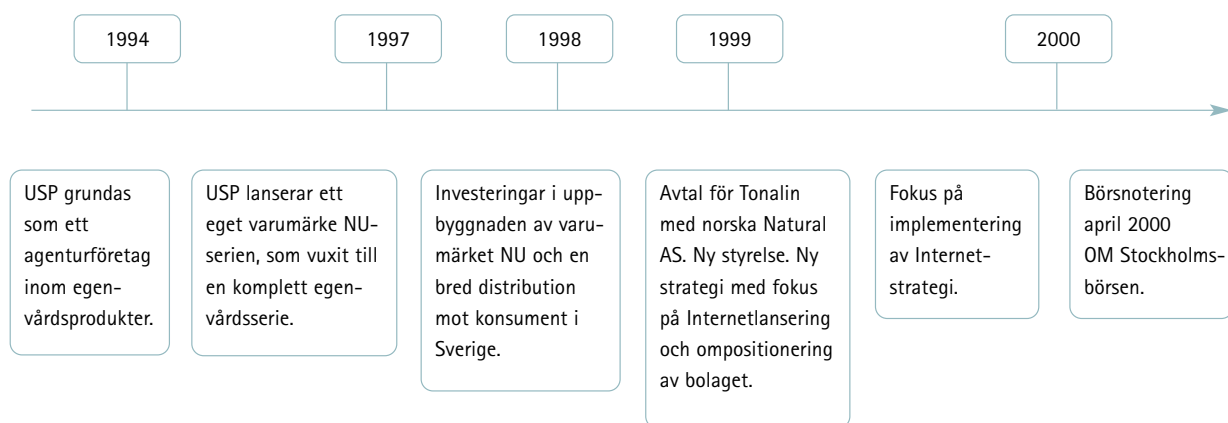
”att genom innovativa produkter och lättillgänglig distribution tillfredsställa konsumenternas behov av produkter som ger bättre hälsa samt ökar välbefinnandet och livskvaliteten”.

USPs egenutvecklade kosttillskottserie NU, lanserades under senhösten 1997. För att bredda distributionen av NU-serien koncentrerades insatserna i första hand till dagligvaruhandeln. NU-serien komplette-

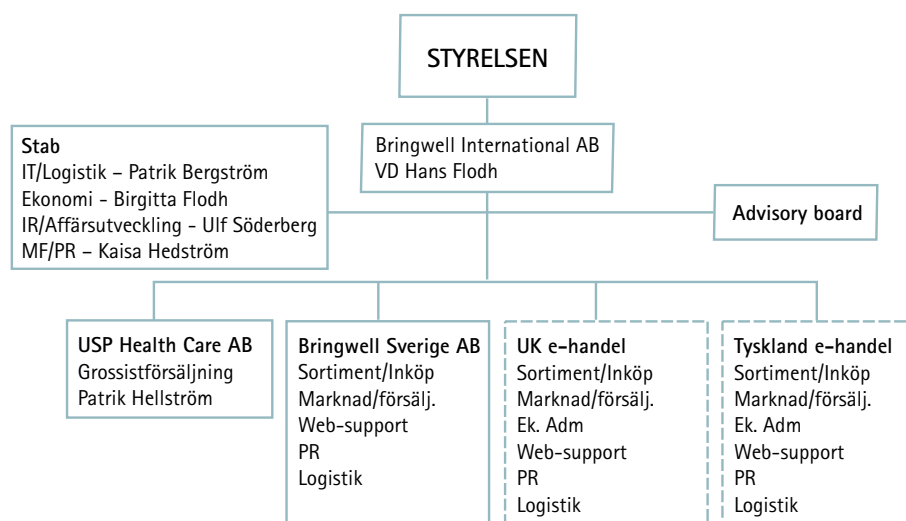
rades med nya produkter och organisationen stärktes. 1999 tecknas avtal med norska Natural AS om rätt till försäljning i Sverige av viktreduktionspreparatet Tonalin. Tonalin erhöll under året mycket utrymme i media i Sverige och försäljningen tog fart.

I samband med att USP valde ny styrelse 1999, formulerades en ny strategi för bolaget. Inom ramen för befintlig affärsidé beslöts att snabbt och kraftfullt lansera en fungerande e-handelsbutik för kända varumärken inom området egenvård och läkemedel.

Grossist-/detaljstverksamheten behöll sitt namn USP Health Care AB medan den nya satsningen, försäljning direkt till konsument, fick namnet Bringwell.



Organisation och personal



Bringwell har idag 18 anställda.

LEDNING

- VD, Hans Flodh, f.d. VD Pharmacia & Upjohn International.
- Operativ chef, Patrik Bergström, f.d. Controller och projektledare, Scania.
- VD USP Health Care AB, Patrik Hellström, f.d. VD Cross Egenvård, Cross Pharma.
- Marknadschef, Kaisa Hedström, ACNielsen och Hennes & Mauritz.
- Affärsutveckling, Ulf Söderberg.
- Ekonomichef, Birgitta Flodh, Bull Norden, Diab Data AB.

ADVISORY BOARD

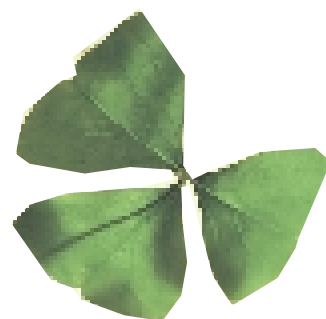
Advisory board består av

Fil. Dr. Prof. Berndt Sjöberg, f.d. Forskningsdirektör ASTRA Läkemedel och Pharmacia & Upjohn, styrelseledamot Medivir och BioNative och

Jan Cederquist, med lång erfarenhet av reklambranschen och en av grundarna till Hall & Cederquist (Young & Rubicam).

UTLANDSETABLERING

Bolag i Tyskland och Storbritannien är för närvarande under bildande. Varje landsorganisation byggs på lokala medarbetare med kunskap om de enskilda marknaderna och anpassning av sortiment och tjänster.





Hälsovårdsmarknaden

DEN EUROPEISKA HÄLSO- OCH EGENVÅRDSMARKNADEN

Till grund för Bringwells affärsidé ligger övertygelsen om att hälsovårdsmarknaden i Sverige och Europa genomgår stora förändringar, och kommer att vara föremål för stark tillväxt.

Denna övertygelse grundar sig bl.a på ett antal trender:

- ▶ Ökat generellt hälsomedvetande.
- ▶ Naturläkemedel/naturmedel har fått större acceptans inom skolmedicinen.
- ▶ Internet för informationsgivning och försäljning kommer få betydande inverkan, så som sker i USA.
- ▶ Samhällets intresse av att sänka sjukvårdskostnaderna innebär att ansvaret för individens hälsa förskjuts från samhället till den enskilde individen.
- ▶ Demografiska faktorer såsom en åldrande befolkning.
- ▶ Politiska beslut som kan påverka marknadens tillväxt är det svenska apoteksmonopolets förväntade avveckling. Inom EU förbereds ett nytt direktiv som skall ge medlemsländerna en likartad lagstiftning avseende Apoteksverksamhet.

Bringwells bedömning är att Internet kommer skapa ökad efterfrågan på hälso-produkter och skapa nya marknadsplatser, som blir mer lättillgängliga för de växande konsumentgrupperna. En liknande utveckling sker i USA och förväntas även ske i Europa med ett par års förskjutning.

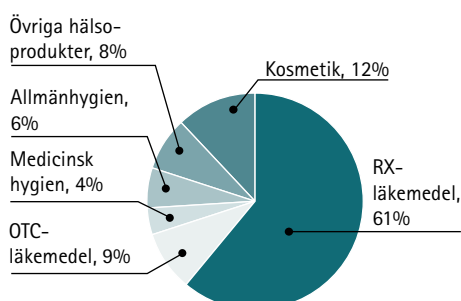
Bringwell avser att vara en drivkraft i denna utveckling.

EUROPA I SIFFROR

Bringwell har gjort en totaluppskattning av marknaden för läkemedel, egenvårds- och kosmetik-/skönhetsprodukter i Väst-europa baserat på ett stort antal källor. Bringwell bedömer att den totala marknaden i Västeuropa år 2000 uppgår till drygt 1.300 Mdr SEK. Av denna utgör RX-läkemedel (receptbelagda) cirka 61 procent, OTC-läkemedel (receptfria) utgör cirka 9 procent, medicinsk hygien cirka 4 procent och allmänhygien (som säljs genom dagligvaruhandeln) 6 procent. Övriga hälso-produkter utgör cirka 8 procent och resterande 12 procent utgörs av kosmetik.

Genomsnittlig konsumtion per capita uppgår till cirka 3.500 SEK.

Den största marknaden är Tyskland som utgör cirka 20 procent av Västeuropa. Sverige utgör cirka 2 procent. Europas hälsovårdsmarknad förväntas växa med 5 procent per år.

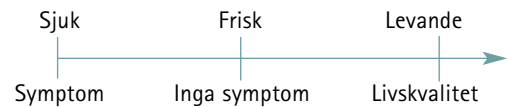


Affärsidé



BRINGWELLS AFFÄRSIDÉ

Bringwell ska genom innovativa produkter och lättillgänglig distribution tillfredställa konsumenternas behov av produkter som ger bättre hälsa samt ökar välbefinnandet och livskvaliteten.



MISSION

Hjälpa människor att hjälpa sig själva till bättre hälsa, vitalitet och välbefinnande.

Verksamhetsmål

OPERATIONELLA MÅL

Bringwells målsättning är att:

- Utveckla bolaget till ett komplett hälsovårdsföretag med försäljning av läkemedels- och hälsovårdsprodukter till grossister/detaljister och direkt till konsument via Internet, postorder och "hälsoapotek".
- Lansera konsumentanpassade produkter av hög kvalitet, stor volym och för bred distribution.
- Vidmakthålla och förstärka konsumentförtroendet genom
 - 1) Kvalitet och bredd i informationen om produkterna och deras användning.
 - 2) Höga krav på etik i alla led.

FINANSIELLA MÅL

Bringwells målsättning är att:

- Baserat på försäljning via Internet uppnå cirka 1 procents marknadsandel av potentiell marknad i Västeuropa på 4-5 års sikt, med fokus på marknaderna Sverige, Storbritannien och Tyskland. Detta kräver nytt kapitaltillskott. Den potentiella e-handelsmarknaden för läkemedels- och hälsovårdsprodukter i Västeuropa år 2000 är 53 Mdr SEK och beräknas öka till 113 Mdr SEK år 2003.
- Baserat på försäljning till såväl grossister/detaljister som direkt till konsument via Internet och andra kanaler fyrdubbla den totala försäljningen under de närmaste två verksamhetsåren.

Strategisk inriktning

Bringwell har ambitionen att utvecklas till ett komplett hälsovårdsföretag med försäljning till såväl grossister/detaljister som direkt till konsument via ett flertal kanaler.

LÅNG SIKT

Strategiskt har försäljningen av kända varumärken via Internet den största tillväxtpotentialen och beräknas på sikt utgöra det största av bolagets verksamhetsområden. Det är också det mest kapitalkrävande området och förutsätter att nytt riskvilligt kapital kan tillföras bolaget för aktiv marknadsföring internationellt.

KORT SIKT

På kort sikt kommer off-line försäljningen via grossister/detaljister och direkt till konsument att vidareutvecklas, för att i det korta perspektivet dels öka bolagets omedelbara intjäningsförmåga, dels bygga bredare och djupare kundkontakter i väntan på ökad Internetanvändning. På lång sikt skapas härigenom även viktiga administrativa, kunskaps- och marknadsmässiga synergier mellan de olika handelskanalerna.

VERKSAMHETSINRIKTNING

1. Grossist/detaljist

Dotterbolaget USP ansvarar för försäljning till grossister/detaljister av egenutvecklade och inlicensierade produkter. Befintlig NU-serie kommer att förstärkas med nya produkter. Vidare kommer USP internationellt att sälja utvalda produkter med stor potential.

2. Internet

Bringwells satsning på försäljning via Internet har inletts med öppnande av en svensk e-handelsplats juni 2000. Hösten 2000 etableras verksamheten i UK och en e-handelsplats beräknas öppna omkring årsskiftet. Under senare delen av 2001 planeras start i Tyskland.

Viktiga komponenter i e-handelsstrategin är att:

- Erbjuder ett brett sortiment av varumärken inom hälsa, egenvård, läkemedel och skönhet.
- I samband med europeisk roll-out lokal-anpassa sortiment och e-handelsplats utifrån respektive lands rådande förutsättningar.
- Säkerställa snabba och bekväma leveranser.
- Erbjuder en välutvecklad kundtjänst.
- Äga och vårda kundrelationen.
- Bygga förtroende för e-handelsplatsen som marknadsförings- och försäljningskanal. Satsningen på försäljning via Internet är långsiktig och beroende av nytt kapital för aktiv marknadsföring.

3. Postorder

Postorderverksamhet startar hösten 2000 som komplement och stöd till försäljningen via Internet för att nå kunder utanför nätet.

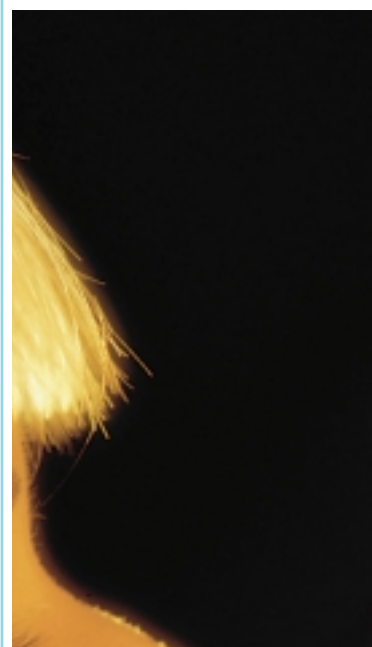
Postorder är i Europa en omfattande marknad.

4. "Hälsoapotek"

I samband med apoteksmonopolets förväntade avveckling i Sverige är det företagets ambition att etablera/förvärva apotek. Avsikten är likaså att förvärva apotek i andra länder som stöd för Internetsatsningen. Ett nytt koncept benämnt "hälsoapotek" projekteras.

Sambanden mellan de fyra verksamhetsområdena är stora administrativt och marknadsmässigt. Exempelvis förväntas Internet på sikt skapa efterfrågan av produkter i traditionella butiker, postorder fångar upp kunder utanför Internet och kan leda in kunder till nätet, "hälsoapoteken" möjliggör försäljning av vissa läkemedel även via Internet o.s.v.

Erbjuder ett brett sortiment av varumärken inom hälsa, egenvård, läkemedel och skönhet.



Affärsområden



USP Health Care AB

GROSSIST-/DETALJISTVERKSAMHETEN USP HEALTH CARE AB

Mål och strategi

USPs mål är att lansera konsumentanpassade hälsoprodukter av hög kvalitet. Bolagets strategi är att leda marknadsutvecklingen vad gäller produktutveckling, förpackning och kunskapsspridning.

USP är en innovativ kraft på marknaden och är aktiv i utvecklingen vad gäller produktutveckling, marknadsföring och distribution. Både NU-Serien och Tonalin är tydliga bevis på detta. USP tar ansvar för att bygga marknad och konsumentkunskap genom att kraftigt öka både kvalitet och bredd i informationen om produkterna och deras användning, samt att alltid iaktta höga krav på etik i alla led av verksamheten.

Produktutvecklingen sker i samråd med återförsäljare och konsumenter för att skapa största möjliga kundnytta. Alla produktområden skall samverka och kunna fylla kundernas behov. USP skall också verka för att öka återförsäljarnas och konsumenternas kunskap beträffande egenvård.

Tre viktiga val

- USP koncentrerar sig på att tillfredsställa ett konsumentbehov som förväntas ha hög tillväxttakt under lång tid framöver och som styrelsen och ledningen har dokumenterad kompetens och erfarenhet av.
- USP definierar sitt marknadsområde till i första hand Sverige. Den svenska marknaden är ännu outvecklad vad gäller egenvård i förhållande till många marknader i exempelvis Europa och USA.
- USP skall söka marknadsledarskap. Det innebär att USP skall ha så stora marknadsandelar inom sina produktområden att företaget kan hävda en första eller andra position.

Produkter

USPs produktförsörjning sker dels genom egen utveckling, i samråd med den främsta svenska expertisen inom respektive område, dels genom inlicensiering av produkter från samarbetspartners. Både utveckling och inlicensiering sker i samråd med återförsäljare och konsumenter.



FÖRSÄLJNING TILL KONSUMENT – E-HANDELSPLATSEN BRINGWELL

Mål och strategi

Bringwells mål är att utveckla egenvårdsförsäljningen genom att, med Internet som verktyg, tillhandahålla kända varumärken inom området egenvård och läkemedel. Företagets strategi är att leda denna marknadsutveckling.

Internettekniken och legala förändringar har öppnat helt nya förutsättningar avseende marknadsförings- och försäljningskanaler, och därmed helt nya möjligheter i en redan mycket intressant tillväxtindustri.

Konsumentnyttan avseende e-handel med hälso- och egenvårdsprodukter är framförallt:

- ▀ Lägre priser.
- ▀ Brett sortiment och nya produkter.
- ▀ Bekvämlighet och tillgänglighet.
- ▀ Snabba och säkra leveranser.

I och med att Internetanvändandet ökar skapas nya möjligheter för kontakt med konsumenter, med erbjudanden och mervärden som genererar försäljning. Utvecklingen i USA har gått oerhört snabbt och

tillväxten väntas öka. Utvecklingen i Europa väntas spegla den i USA.

Bringwells konsumentverksamhet skall säkerställa målen genom tre strategiska vägval:

- ▀ Fullsortiment av kända varumärken från starka leverantörer. Ett brett sortiment till attraktivt pris tillsammans med välutvecklad kundtjänst och snabba leveranser
- ▀ Omfattande PR- och marknadsföringsaktiviteter för att snabbt positionera handelsplatsen och för snabb expansion. Skapa trovärdighet tack vare kompetent styrelse, advisory board, ledning och strategiska finansiärer.
- ▀ Skapa en väl fungerande och stabil e-handelslösning genom avancerad teknik, kompletterad med traditionell postorderverksamhet.

Roll-out Europa

Hälso- och läkemedelsmarknaden i Europa är mycket stor. Standardiserade produkter såsom läkemedel har höga marginaler och lämpar sig för paketsdistribution. Konceptet är hållbart i hela Europa.



Marknadskommunikation

MARKNADSFÖRING

Ett viktigt led i Bringwell Internationals verksamhet är att aktivt positionera företaget och informera om de produkter som organisationen marknadsför. Bringwell koncernen är uppdelad i två verksamhetsområden:

- ▀ Grossist-/detaljistverksamhet genom USP Health Care AB
- ▀ Konsumentförsäljning över Internet och postorder genom Bringwell.

GROSSIST-/DETALJISTVERKSAMHET USP HEALTH CARE

USP är ett framgångsrikt egenvårdsföretag i framkanten av marknadsutvecklingen. USP har uttryckt det som en viktig uppgift att i sin marknadsföring även överföra kunskap om egenvård. Målet är att positionera USPs varumärken som ledande inom respektive segment. Detta sker i samarbete med återförsäljare och butiker.

Kommunikationen till konsument är väsentlig. Annonsering i tryckt media skall helst sammanfalla med redaktionellt material i vecko- och månadspress.

Vetenskapliga seminarier och s.k. workshops är en annan del i USPs marknadsföringsstrategi.

USP har varit initiativtagare till flera seminarier, som givit god utdelning i form av bred och djup kunskapsspridning och produktinformation.

KONSUMENTFÖRSÄLJNING – BRINGWELL

Marknadsföringsstrategi

Övergripande riktlinjer för Bringwells marknadsföring och kommunikation utarbetas på moderbolaget i Stockholm. På varje ny marknad kommer sedan en lokalt ansvarig att anställas för att anpassa materialet till lokala förhållanden med lokala kampanjer.

Bringwell avser att ta positionen som den kompletta leverantören av hälso- och egenvårdsprodukter på varje marknad där bolaget etableras. Oavsett på vilken marknad Bringwell agerar ska kunden veta att den erbjuds ett fullt sortiment av kända varumärken.

Bringwells marknadsföring strävar efter att ständigt skapa återköpsbeteende och kundlojalitet.

Varumärket – Bringwell

Varumärket Bringwell avser att förmedla välbefinnande, allt från känslan av att vara frisk och kry till att känna sig fräsch.

Kärnvärdet för Bringwell är källa, som avser att framkalla associationer till begrepp som fräscht, nytt, naturligt och ursprungligt.



Reklam

Bringwell kommer att arbeta med en kombination av försäljningsskapande och varumärkesbyggande reklam tillsammans med PR-aktiviteter.

Dessa består initialt av erbjudanden och aktiviteter såsom mässor, riktade utskick och banners samt samarbeten med och kopplingar till relaterade sidor.

Bringwell kommer successivt att öka den varumärkesbyggande reklamen. TV, radio och press kommer att vara de mest effektiva kanalerna för att nå en bredare målgrupp.

PR fungerar som komplement till reklamen och är ett viktigt redskap för att skapa kännedom om bolaget.

Marknadskommunikation

Då Bringwell har en mycket bred produktportfölj som vänder sig till många olika målgrupper kommer marknadsaktiviteter, erbjudanden och kommunikation att vara riktade.

Den yngre och nytillkomna hälsokostköparen planerar Bringwell främst att nå via Internet. Det är en informationsbehövande grupp som ställer höga krav på tillgänglighet och interaktivitet. Viktigt är att addera mervärde för denna grupp i form av lättillgänglig information som ges av Bringwells auktoriserade hälsorådgivare.

Den traditionella kunden inom hälsokost- och egenvårdsområdet är kvinnor över 40 år. Konsumtionen stiger successivt med åldern. För att effektivt nå denna kundgrupp kommer Bringwell att komplettera Internetkanalen med en postorderverksamhet, vilket skapar mervärde för både Bringwell och leverantörerna.

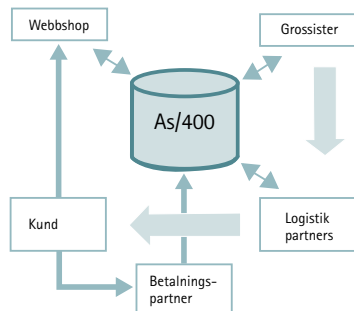


*Oavsett på vilken marknad
Bringwell agerar ska kunden
veta att den erbjuds ett fullt
sortiment av kända varumärken.*



Logistik, Distribution, Teknik

Försäljning till konsument i
Bringwell Sverige AB



ORDERHANTERING OCH LOGISTIK

Snabba logistik- och betalningsflöden är nyckelfaktorer för framgångsrik e-handelsverksamhet. Dagens teknologi möjliggör också uppbyggnad av verksamhet och system för en nationell marknad som sedan på ett relativt enkelt sätt kan rullas ut på en internationell marknad. Följdaktligen har Bringwell investerat i uppbyggnad av effektiva och skalbara system.

Kärnan i e-handelsverksamheten är en AS/400-maskin från IBM med Intenias affärssystem Movex. Movex är ett beprövat affärssystem med ett stort antal kunder. Leverantören Intenia har också en bred internationell närvaro.

Leverans från grossisterna sker direkt till Bringwells logistikpartner som är ansvarig för vidare distribution till kunden.

Logistikpartnern är kopplad mot affärssystemet via en terminal och får därigenom all information om registrerade ordrar. All information och hantering sker således i Bringwells affärssystem, vilket ger Bringwell önskad kontroll över flödet.

Distribution från packfirman till slutkunden sker med post. Mottagning av betalningen från kunden sker direkt mot affärssystemet som kan hantera både en egen kundreskontra men även en reskontra som läggs ut till ett annat företag.

TEKNOLOGI OCH SÄKERHET

Mjukvara

Affärssystemet Movex finns sedan många år tillbaka installerat på ett mycket stort antal företag i de flesta branscher. Intenia har ett stort fokus på vidareutveckling. Affärssystemet utvecklas ständigt, och Intenia kommer inom kort att släppa en helt javabaserad version.

Hårdvara

Bringwell har valt att basera sin hårdvaruplattform på produkter från IBM, såväl i kontorsmiljön som i webbmiljön. Affärssystemet körs på en kraftfull AS/400 och genom avtal har Bringwell försäkrat sig om snabb support vid hårdvaru/mjukvaruproblem. IBM har en fullt utbyggd serviceorganisation i alla länder Bringwell avser att vara verksam i.

Nätleverantör

Nätleverantören spelar en nyckelroll vid drift av en e-handelssite.

Bringwell har kontrakterat Global One, som är ett ledande globalt bolag för att direkt få access till stamnäten ute i Europa, vilket är en garanti för tillräcklig bandbredd både för kunder och för Bringwell-kontor i Europa.

SÄKERHET

Hotbild

E-handelssiter på Internet lever under ett ständigt hot att bli hackade. Internettekniken är ännu ung, och hundraprocentiga skydd mot intrång finns inte.

Bringwell är väl medvetet om hotbilden, och har lagt stora resurser på att skapa säkrast möjliga lösningar.

Kostnader för datorintrång

Ett dataintrång skulle medföra en stor kostnad, främst i form av minskat förtroende för företaget. Detta är en fråga som Bringwell ser mycket allvarligt på. Bringwell avser att sälja receptbelagda läkemedel i de länder där detta är möjligt och har därför förberett systemen för att kunna uppvisa ett mycket gott track record vad gäller säkerhet.

Granskning av säkerhetspolicy

Eftersom hela säkerhetskedjan är av yttersta vikt har Bringwell en säkerhetspolicy för hur de känsliga systemen ska skötas. För att säkerställa att hela kedjan utformas och övervakas ur ett oberoende kritiskt perspektiv har Bringwell valt att arbeta med en utomstående partner, Cygate, som granskar system och identifierar känsliga punkter.

Cygate är ett av branschens mest välrenommerade säkerhetsföretag med i övrigt bl.a ABB och Spray som kunder.

Förvaltningsberättelse

Koncernen ändrade räkenskapsår föregående år varför året 1998/1999 avser 18 månader.

ÄGARFÖRHÅLLANDEN

Under året har företaget genomfört två nyemissioner som tillsammans tillförde bolaget 56.895.898 kronor. Antalet aktier har utökats med 2.739.000 till 10.110.750 och aktiekapitalet uppgår till 2.022.150 kronor efter emissionerna. Grundaren Ulf Söderbergs aktieinnehav uppgår per 2000-06-30 till 940.750 st d.v.s 9% av aktiekapitalet och röstvärdet. Företaget noterades på OM, Stockholmsbörsen, Nya marknaden under april 2000, och hade vid årets slut 1.422 aktieägare. Optioner har emitterats till styrelse, anställda, och närstående till ett antal av 1.004.000 st vilka kan inlösas till motsvarande antal aktier.

INFORMATION OM VERKSAMHETEN

Moderbolaget, USP Health Care AB, bytte under året namn till Bringwell International AB.

Detta gjordes mot bakgrund av beslut hösten 1999 om en internationell satsning på försäljning av läkemedels- och hälsovårdsprodukter via Internet som komplement till försäljning via grossister/detaljister. Beslutet om en Internetsatsning grundas på en förväntad gradvis ökning av handel på internationell nivå via Internet och att produktområdet är under tillväxt och väl lämpat för e-handel. En plattform för e-handel i Europa har under året byggts upp till en utvecklingskostnad av ca 14 MSEK. Dotterbolag har bildats för försäljning till konsument via Internet i Sverige, Bringwell Sverige AB. Motsvarande dotterbolag i UK är under bildande. Bringwells site för e-handel i Sverige startade 7 juni 2000.

Försäljningen till grossister/detaljister har under året skett i moderbolaget men kommer under nästa år att ske i dotterbolaget USP Health Care AB. Verksamheten har under året fokuserats på lansering och marknadsföring av Tonalin, som började säljas under september 1999 efter träffat avtal med norska Natural ASA.

ORGANISATION

Styrelse och organisation har under året förstärkts med inriktning på framtida satsningar. Styrelsen besitter bred erfarenhet från Internet, läkemedel och finans. Till ny ordförande utsågs Krister Hanner med erfarenhet av tidigare Internetsatsningar och i juni 2000 invaldes tillika Erik Åsbrink.

Som VD tillträdde 1 juni 2000 Hans Flodh, tidigare VD för Pharmacia & Upjohn International. Antalet anställda har ökat från i medeltal 6 personer till 8 och var vid årets slut 16 personer, främst med inriktning på produktsortiment och IT.

FÖRSÄLJNING

Företaget har fortsatt att utveckla försäljningen till grossister/detaljister på ett framgångsrikt sätt, vilket utgör en solid bas för den framtida utvecklingen. Ett samarbete med norska Natural har under verksamhetsåret inletts, vilket resulterat i en framgångsrik lansering av främst produkten Tonalin på den svenska marknaden. Försäljningen har utvecklats gynnsamt från 6,8 MSEK (980101-990630; 18 månader) till 25,6 MSEK (990701-000630; 12 månader).

E-handelssiten som öppnades 7 juni 2000 hade under verksamhetsårets 23 sista dagar 10.000 besökare.

RESULTAT

Resultatet har utvecklats från -15,0 MSEK till -19,0 MSEK. Årets resultat har belastats med 4,1 MSEK avseende nedskrivningar av tidigare balanserade utvecklingskostnader. Vidare har resultatet belastats med ca 14 MSEK som avser utveckling av Internetverksamheten.

Försäljningen till grossister/detaljister uppvisar ett nollresultat, vilket är en resultatsförbättring med 14 MSEK jämfört med föregående år.

INVESTERINGAR

Investeringar under verksamhetsåret uppgick till 4,6 MSEK, huvudsakligen hänförligt till inköp av datautrustning och programvaror.

FINANSIELL STÄLLNING

Koncernens likvida medel uppgick vid utgången av året till 45,0 MSEK (f.å. 2,6 MSEK). Banklån uppgår till 1,1 MSEK. Kassaflödet efter investeringar uppgick till 42,4 MSEK.

Expansionen på nya områden har krävt nytt kapital och två emissioner har genomförts under året i samarbete med Swedbank. Totalt har bolaget tillförts 57 MSEK i riskvilligt nytt kapital.

Bolaget noterades på OM, Stockholmsbörsen, Nya Marknaden under april 2000.

ÖVRIGT

Företaget har under året flyttat från Täby till nya lokaler på Kungsgatan 3 i Stockholm.

VÄSENTLIGA HÄNDELSER EFTER RÄKENSKAPSÅRETS UTGÅNG

Samarbetsdiskussioner med norska Natural rörande internationell marknadsföring och försäljning av Tonalin m.fl. produkter inleddes i juli 2000.

Förberedelser för postorderverksamhet som stöd och komplement till försäljningen via Internet har avancerat snabbt under sommaren 2000.

FRAMTIDA UTVECKLING

Positiv försäljningsutveckling förväntas genom satsning på nya produkter för försäljning via grossist/detaljist.

Budgeterad verksamhet balanseras väl av tillgängliga likvida medel. Fortsatt utveckling av vår e-handelsite och satsning på försäljning till konsument såväl via Internet som genom postorder och "hälsoapotek" planeras. Internetsatsning internationellt, vilket fordrar nytt riskvilligt kapital. Nyemission och O-listenotering beräknas ske senast våren 2001.

FÖRSLAG TILL BEHANDLING AV FÖRLUST

Styrelsen och verkställande direktören föreslår att den ansamlade förlusten, -18.956.147 kronor, täckes genom ianspråktagande av överkursfond.

Resultaträkning - koncernen

Belopp i kr	Not	1999/2000	1998/1999
Nettoomsättning		25 600 215	6 810 483
Övriga rörelseintäkter		47 049	21 883
		25 647 264	6 832 366
<i>Rörelsens kostnader</i>			
Handelsvaror		-12 774 550	-6 007 254
Övriga externa kostnader	2	-20 935 303	-7 629 360
Personalkostnader	1	-3 346 438	-5 144 471
Avskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar	3	-3 483 793	-2 582 775
Jämförelsestörande poster	4	-4 104 716	—
Rörelseresultat		-18 997 536	-14 531 494
<i>Resultat från finansiella poster</i>			
Ränteintäkter och liknande resultatposter		168 805	38 204
Räntekostnader och liknande resultatposter		-155 033	-481 670
Resultat efter finansiella poster		-18 983 764	-14 974 960
ÅRETS RESULTAT		-18 983 764	-14 974 960

Balansräkning – koncernen

Belopp i kr	Not	2000-06-30	1999-06-30
TILLGÅNGAR			
Anläggningstillgångar			
<i>Immateriella anläggningstillgångar</i>			
Balanserade utvecklingskostnader	5	—	1 140 066
Varumärken	6	—	4 698 011
Dataprogram	7	763 800	—
Goodwill	8	38 124	63 540
		801 924	5 901 617
<i>Materiella anläggningstillgångar</i>			
Inventarier	9	2 471 835	435 054
		2 471 835	435 054
<i>Finansiella anläggningstillgångar</i>			
Andra långfristiga fordringar	11	90 000	90 000
		90 000	90 000
Summa anläggningstillgångar		3 363 759	6 426 671
Omsättningstillgångar			
<i>Varulager m m</i>			
Färdiga varor och handelsvaror		2 278 056	2 936 215
		2 278 056	2 936 215
<i>Kortfristiga fordringar</i>			
Kundfordringar		3 805 849	364 021
Skattefordringar		63 359	63 359
Övriga fordringar		2 959 261	480 817
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	12	1 149 760	84 617
		7 978 229	992 814
<i>Kortfristiga placeringar</i>			
	13	29 808 038	—
<i>Kassa och bank</i>		15 199 720	2 572 352
Summa omsättningstillgångar		55 264 043	6 501 381
SUMMA TILLGÅNGAR		58 627 802	12 928 052

Balansräkning – koncernen

Belopp i kr	Not	2000-06-30	1999-06-30
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Eget kapital	14		
<i>Bundet eget kapital</i>			
Aktiekapital		2 022 150	1 474 350
Bundna reserver		63 765 079	27 978 052
		65 787 229	29 452 402
<i>Fritt eget kapital</i>			
Fria reserver		-41 115	-5 808 025
		-18 983 764	-14 974 960
		-19 024 879	-20 782 985
		46 762 350	8 669 417
Långfristiga skulder			
Checkräkningskredit	15, 17	—	188 143
Övriga skulder till kreditinstitut	16, 17	650 000	1 050 000
		650 000	1 238 143
Kortfristiga skulder			
Skulder till kreditinstitut	17	400 000	400 000
Leverantörsskulder		9 593 886	1 314 323
Övriga skulder		147 443	74 063
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	18	1 074 123	1 232 106
		11 215 452	3 020 492
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		58 627 802	12 928 052
Ställda säkerheter			
<i>För egna skulder och avsättningar</i>			
Företagsinteckningar		6 000 000	6 000 000
		6 000 000	6 000 000
<i>Övriga ställda panter och säkerheter</i>		Inga	Inga

Kassaflödesanalys – koncernen

Belopp i kr	1999–2000	1998–1999
Den löpande verksamheten		
Resultat efter finansiella poster	–18 983 764	–14 974 960
Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet, m.m.	7 641 536	2 656 142
	–11 342 228	–12 318 818
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital	–11 342 228	–12 318 818
<i>Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital</i>		
Ökning(–)/Minskning(+) av varulager	658 159	–646 027
Ökning(–)/Minskning(+) av rörelsefordringar	–6 985 415	–113 386
Ökning(+)/Minskning(–) av rörelseskulder	8 194 959	32 087
Kassaflöde från den löpande verksamheten	–9 474 525	–13 046 144
Investeringsverksamheten		
Förvärv av immateriella anläggningstillgångar	–1 145 700	–5 586 679
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	–3 432 924	–395 379
Kassaflöde från investeringsverksamheten	–4 578 624	–5 982 058
Finansieringsverksamheten		
Nyemission	57 076 698	18 746 102
Amortering av låneskulder	–588 143	–2 411 597
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	56 488 555	16 334 505
Årets kassaflöde	42 435 406	–2 693 697
Likvida medel vid årets början	2 572 352	5 266 049
Likvida medel vid årets slut	45 007 758	2 572 352
Betalda räntor och erhållen utdelning		
Erhållen ränta	168 805	38 204
Erlagd ränta	155 033	–481 670
Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet m.m.		
Av- och nedskrivningar av tillgångar	7 641 536	2 656 142
	7 641 536	2 656 142
Likvida medel		
Följande delkomponenter ingår i likvida medel:		
Kassa och bank	15 199 720	2 572 352
Kortfristiga placeringar, jämförbara med likvida medel	29 808 038	–
	45 007 758	2 572 352

Resultaträkning – moderbolaget

Belopp i kr	Not	1999–2000	1998–1999
Nettoomsättning		25 559 250	6 810 483
Övriga rörelseintäkter		47 049	21 883
		25 607 079	6 832 366
<i>Rörelsens kostnader</i>			
Handelsvaror		–12 752 726	–6 007 254
Övriga externa kostnader	2	–20 809 176	–7 613 086
Personalkostnader	1	–2 812 003	–5 144 471
Avskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar	3	–3 458 377	–2 544 651
Jämförelsestörande poster	4	–4 104 716	–
Rörelseresultat		–18 329 919	–14 477 096
<i>Resultat från finansiella poster</i>			
Resultat från andelar i koncernföretag	10	–640 000	–
Övriga ränteintäkter och liknande resultatposter		168 805	38 189
Räntekostnader och liknande resultatposter		–155 033	–481 309
Resultat efter finansiella poster		–18 956 147	–14 920 216
Resultat före skatt		–18 956 147	–14 920 216
Skatt på årets resultat		–	–
ÅRETS RESULTAT		–18 956 147	–14 920 216

Balansräkning – moderbolaget

Belopp i kr	Not	2000-06-30	1999-06-30
TILLGÅNGAR			
Anläggningstillgångar			
<i>Immateriella anläggningstillgångar</i>			
Balanserade utvecklingskostnader	5	—	1 140 066
Varumärken	6	—	4 698 011
Dataprogram	7	763 800	—
		763 800	5 838 077
<i>Materiella anläggningstillgångar</i>			
Inventarier	9	2 471 835	435 054
		2 471 835	435 054
<i>Finansiella anläggningstillgångar</i>			
Andelar i koncernföretag	10	822 800	200 000
Andra långfristiga fordringar	11	90 000	90 000
		912 800	290 000
Summa anläggningstillgångar		4 148 435	6 563 131
Omsättningstillgångar			
<i>Varulager m m</i>			
Färdiga varor och handelsvaror		2 014 636	2 936 215
		2 014 636	2 936 215
<i>Kortfristiga fordringar</i>			
Kundfordringar		3 774 528	364 021
Fordringar hos koncernföretag		311 620	—
Skattefordringar		63 359	63 359
Övriga fordringar		2 906 976	480 817
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	12	1 143 760	84 617
		8 200 243	992 814
<i>Kortfristiga placeringar</i>			
Kassa och bank	13	29 808 038	—
		14 335 269	2 572 352
Summa omsättningstillgångar		54 358 186	6 501 381
SUMMA TILLGÅNGAR		58 506 621	13 064 512

Balansräkning – moderbolaget

Belopp i kr	Not	2000-06-30	1999-06-30
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Eget kapital	14		
<i>Bundet eget kapital</i>			
Aktiekapital (10 110 750 aktier)		2 022 150	1 474 350
Överkursfond		63 801 579	27 971 752
Reservfond		2 300	2 300
		65 826 029	29 448 402
<i>Fritt eget kapital</i>			
Balanserad vinst eller förlust		—	-5 817 655
Årets resultat		-18 956 147	-14 920 216
		-18 956 147	-20 737 871
		46 869 882	8 710 531
Långfristiga skulder			
Checkräkningskredit	15, 17	—	188 143
Övriga skulder till kreditinstitut	16, 17	650 000	1 050 000
		650 000	1 238 143
Kortfristiga skulder			
Skulder till kreditinstitut	17	400 000	400 000
Leverantörsskulder		9 543 826	1 314 323
Skulder till koncernföretag		53 546	—
Övriga skulder		99 170	169 409
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	18	890 197	1 232 106
		10 986 739	3 115 838
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		58 506 621	13 064 512
Ställda säkerheter			
<i>För egna skulder och avsättningar</i>			
Företagsinteckningar		6 000 000	6 000 000
		6 000 000	6 000 000
Övriga ställda panter och säkerheter		Inga	Inga

Kassaflödesanalys – moderbolaget

Belopp i kr	1999–2000	1998–1999
Den löpande verksamheten		
Resultat efter finansiella poster	-18 956 147	-14 920 216
Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet, m.m.	8 294 920	2 616 222
	-10 661 227	-12 303 994
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital	-10 661 227	-12 303 994
<i>Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital</i>		
Ökning(-)/Minskning(+) av varulager	921 579	-646 027
Ökning(-)/Minskning(+) av rörelsefordringar	-7 207 429	-117 309
Ökning(+)/Minskning(-) av rörelseskulder	7 870 901	30 264
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-9 076 176	-13 037 066
Investeringsverksamheten		
Lämnade aktieägartillskott	-900 000	—
Förvärv av immateriella anläggningstillgångar	-1 145 700	-5 586 679
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-3 432 924	-395 379
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-5 841 424	-5 982 058
Finansieringsverksamheten		
Nyemission	57 076 698	18 746 102
Amortering av låneskulder	-588 143	-2 411 597
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	56 488 555	16 334 505
Årets kassaflöde	41 570 955	-2 684 619
Likvida medel vid årets början	2 572 352	5 256 971
Likvida medel vid årets slut	44 143 307	2 572 352
Betalda räntor och erhållen utdelning		
Erhållen ränta	168 805	38 189
Erlagd ränta	155 033	481 309
Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet m.m.		
Av- och nedskrivningar av tillgångar	8 256 120	2 616 222
Likvida medel		
Följande delkomponenter ingår i likvida medel:		
Kassa och bank	14 335 269	2 572 352
Kortfristiga placeringar, jämförbara med likvida medel	29 808 038	—
	44 143 307	2 572 352

Noter och bokslutskommentarer

Belopp i kr om inget annat anges

ALLMÄNNA REDOVISNINGSPRINCIPER

Bolaget följer Redovisningsrådets rekommendationer.

VÄRDERINGSPRINCIPER M M

Tillgångar och skulder har värderats till anskaffningsvärden om inget annat anges nedan.

Jämförelsestörande poster

Redovisningsrådets rekommendation nr 4 tillämpas, vilket innebär att resultateffekter av särskilda händelser och transaktioner av väsentlig betydelse specificeras inom respektive resultatbegrepp.

Varulager

Varulagret, värderat enligt Redovisningsrådets rekommendation nr 2 Redovisning av varulager, är upptaget till det lägsta av anskaffningsvärdet enligt den s.k. först-in först-ut principen respektive verkligt värde. Inkuransrisker har därvid beaktats.

Fordringar

Fordringar har efter individuell värdering upptagits till belopp varmed de beräknas inflyta.

Avskrivningsprinciper för anläggningstillgångar

Avskrivningar enligt plan baseras på ursprungliga anskaffningsvärden och beräknad ekonomisk livslängd. Nedskrivning sker vid bestående värdenedgång.

Följande avskrivningstider tillämpas:

	Koncernen	Moderbolaget
<i>Immateriella anläggningstillgångar</i>		
Balanserade utvecklingskostnader	5 år	5 år
Varumärken	5 år	5 år
Dataprogram	3 år	3 år
Goodwill	5 år	5 år
<i>Materiella anläggningstillgångar</i>		
Inventarier	3–5 år	3–5 år

Koncernredovisning

Koncernredovisningen har upprättats i enlighet med Redovisningsrådets rekommendation (RR1:96). Koncernredovisningen omfattar de företag i vilka moderbolaget direkt eller genom dotterföretag innehar mer än 50% av röstetalet, eller på annat sätt har ett bestämmande inflytande enligt ÅRL 1:4.

Aktieägartillskott

Bolaget redovisar aktieägartillskott i enlighet med uttalandet från Redovisningsrådets Akutgrupp. Aktieägartillskott förs direkt mot eget kapital hos mottagaren och aktiveras i aktier och andelar hos givaren, i den mån nedskrivning ej erfordras.

NOT 1 ANSTÄLLDA OCH PERSONALKOSTNADER

Medelantalet anställda

	1999–2000	varav män	1998–1999	varav män
<i>Moderbolaget</i>				
Sverige	7	52%	6	30%
<i>Dotterföretag</i>				
Sverige	1	28%	—	0%
Koncernen totalt	8	48%	6	30%

Forts. not 1

Löner, andra ersättningar och sociala kostnader

	1999–2000		1998–1999	
	Löner och ersättningar	Sociala kostnader	Löner och ersättningar	Sociala kostnader
<i>Moderbolaget</i> (varav pensionskostnad)	1 848 086 ¹⁾	800 732 (127 655)	3 538 220 ¹⁾	1 440 138 (233 946)
<i>Dotterföretag</i> (varav pensionskostnad)	399 659	133 692 (6 658)	—	— (—)
Koncernen totalt (varav pensionskostnad)	2 247 745 ²⁾	934 424 (134 313)	3 538 220 ²⁾	1 440 138 (233 946)

1) Av moderbolagets pensionskostnader avser 30 427 (f.å. 117 750) gruppen styrelse och VD.

2) Av koncernens pensionskostnader avser 30 427 (f.å. 117 750) gruppen styrelse och VD.

Löner och andra ersättningar fördelade per land och mellan styrelseledamöter m.fl. och övriga anställda

	1999–2000		1998–1999	
	Styrelse och VD	Övriga anställda	Styrelse och VD	Övriga anställda
<i>Moderbolaget</i>				
Sverige	425 100	1 422 986	657 000	2 881 220
Moderbolaget totalt	425 100	1 422 986	657 000	2 881 220
<i>Dotterföretag i Sverige</i>	—	399 659	—	—
Dotterföretag totalt	—	399 659	—	—
Koncernen totalt	425 100	1 822 645	657 000	2 881 220

Av bolagsstämman beslutat styrelsearvode utgår ej.

Till styrelsens ordförande har erlagts konsultarvode med 250.000kr.

Till Ulf Söderberg har utgått konsultarvode med 540.000kr.

Till VD Hans Flodh har konsultarvode utgått med 242.500kr.

Till VD Patrik Hellström har i lön utgått med 247.940kr tom 31 maj 2000.

För styrelsens ledamöter och VD Hans Flodh föreligger ej avtal om pension eller avgångsvederlag.

NOT 2 ARVODE OCH KOSTNADSERSÄTTNING TILL REVISORER

	Koncern	Moderbolag
<i>KPMG Bohlins AB</i>		
Revisionsuppdrag	75 000	75 000
Andra uppdrag	75 150	75 150

NOT 3 AVSKRIVNINGAR AV MATERIELLA OCH IMMATERIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR

	1999–2000	1998–1999
<i>Koncernen</i>		
Balanserade utvecklingskostnader	–456 026	–684 039
Varumärken	–1 277 335	–1 528 668
Dataprogram	–381 900	—
Goodwill	–25 415	–38 123
Inventarier	–1 343 117	–331 945
	–3 483 793	–2 582 775
<i>Moderbolaget</i>		
Balanserade utvecklingskostnader	–456 026	–684 039
Varumärken	–1 277 335	–1 528 668
Dataprogram	–381 900	—
Inventarier	–1 343 116	–331 944
	–3 458 377	–2 544 651

NOT 4 JÄMFÖRELSESTÖRANDE POSTER

	1999/2000	1998/1999
<i>Koncernen</i>		
Nedskrivning immateriella tillgångar	-4 104 716	—
	-4 104 716	—
<i>Moderbolaget</i>		
Nedskrivning immateriella tillgångar	-4 104 716	—
	-4 104 716	—

NOT 5 BALANSERADE UTVECKLINGSKOSTNADER

	Koncernen	Moderbolag
<i>Ackumulerade anskaffningsvärden</i>		
Vid årets början	2 280 131	2 280 131
Avyttringar och utrangeringar	-2 280 131	-2 280 131
	—	—
<i>Ackumulerade avskrivningar enligt plan</i>		
Vid årets början	-1 140 065	-1 140 065
Avyttringar och utrangeringar	1 596 091	1 596 091
Årets avskrivning enligt plan	-456 026	-456 026
Planenligt restvärde vid årets slut	—	—

NOT 6 VARUMÄRKEN

	Koncernen	Moderbolag
<i>Ackumulerade anskaffningsvärden</i>		
Vid årets början	6 386 679	6 386 679
Avyttringar och utrangeringar	-6 386 679	-6 386 679
	—	—
<i>Ackumulerade avskrivningar enligt plan</i>		
Vid årets början	-1 688 668	-1 688 668
Avyttringar och utrangeringar	2 966 003	2 966 003
Årets avskrivning enligt plan	-1 277 335	-1 277 335
Planenligt restvärde vid årets slut	—	—

NOT 7 DATAPROGRAM

	Koncernen	Moderbolag
<i>Ackumulerade anskaffningsvärden</i>		
Nyanskaffningar	1 145 700	1 145 700
	1 145 700	1 145 700
<i>Ackumulerade avskrivningar enligt plan</i>		
Årets avskrivning enligt plan	-381 900	-381 900
Planenligt restvärde vid årets slut	763 800	763 800

NOT 8 GOODWILL

	Koncern	Moderbolag
<i>Ackumulerade anskaffningsvärden</i>		
Vid årets början och slut	127 077	—
	127 077	—
<i>Ackumulerade avskrivningar enligt plan</i>		
Vid årets början	-63 538	—
Årets avskrivning enligt plan	-25 415	—
	-88 953	—
Planenligt restvärde vid årets slut	38 124	—

NOT 9 INVENTARIER

	Koncern	Moderbolag
<i>Akkumulerade anskaffningsvärden</i>		
Vid årets början	844 145	844 145
Nyanskaffningar	3 432 924	3 432 924
Avyttringar och utrangeringar	-503 414	-503 414
	3 773 655	3 773 655
<i>Akkumulerade avskrivningar enligt plan</i>		
Vid årets början	-409 091	-409 091
Avyttringar och utrangeringar	450 388	450 388
Årets avskrivning enligt plan på anskaffningsvärden	-1 343 117	-1 343 117
	-1 301 820	-1 301 820
Planenligt restvärde vid årets slut	2 471 835	2 471 835
<i>Inventarier som innehas under finansiella leasingavtal</i>	Inga	Inga

NOT 10 ANDELAR I KONCERNFÖRETAG

	2000-06-30	1999-06-30
<i>Akkumulerade anskaffningsvärden</i>		
Vid årets början	200 000	200 000
Inköp	1 262 800	—
	1 462 800	200 000
Årets nedskrivningar	-640 000	—
	-640 000	—
Bokfört värde vid årets slut	822 800	200 000

Specifikation av moderbolagets och koncernens innehav av andelar i koncernföretag

Dotterföretag / Org nr / Säte	Antal andelar	Andel i % 1)	Bokfört värde
USP Health Care AB, 556507-8226 Stockholm	1 000	100,0	200 000
Bringwell Sverige AB, 556585-2927 Stockholm	1 000	100,0	360 000
Bringwell AB, 556589-6445 Stockholm	1 000	100,0	100 000
Benect AB, 556589-6452, Stockholm	1 000	100,0	100 000
Övriga dotterföretag, vilande eller av mindre betydelse			62 800
			822 800

1) Ägarandelen av kapitalet avses, vilket även överensstämmer med andelen av rösterna för totalt antal aktier.

NOT 11 ANDRA LÅNGFRISTIGA FORDRINGAR

	Koncern	Moderbolag
<i>Akkumulerade anskaffningsvärden</i>		
Vid årets början och slut	90 000	90 000
	90 000	90 000
Bokfört värde vid årets slut	90 000	90 000

NOT 12 FÖRUTBETALDA KOSTNADER OCH UPPLUPNA INTÄKTER

	Koncern	Moderbolag
Förutbetalda kontorshyror	539 824	539 824
Övriga poster	609 936	603 936
	1 149 760	1 143 760

NOT 13 KORTFRISTIGA PLACERINGAR

	Koncern		Moderbolag	
Specifikation av värdepapper	Börsvärde eller motsv	Bokfört värde	Börsvärde eller motsv	Bokfört värde
Övrigt	29 808 038	29 808 038	29 808 038	29 808 038
	29 808 038	29 808 038	29 808 038	29 808 038

NOT 14 EGET KAPITAL

	Aktiekapital	Bundna reserver	Fritt eget kapital	
Koncernen				
Vid årets början	1 474 350	27 978 052	−20 782 986	
Nyemission, kurs 15kr ¹⁾	147 000	10 748 000		
Nyemission, kurs 25kr ¹⁾	400 800	45 600 098		
Optionsprogram ²⁾		180 800		
Förlusttäckning fr. fonder		−20 737 871	20 737 871	
Förskjutning mellan bundet och fritt eget kapital		−4 000	4 000	
Årets resultat			−18 983 764	
Vid årets slut	2 022 150	63 765 079	−19 024 879	
Moderbolaget	Aktiekapital	Överkursfond	Reservfond	Fritt eget kapital
Vid årets början	1 474 350	27 971 752	2 300	−20 737 871
Nyemission, kurs 15 kr ¹⁾	147 000	10 748 000		
Nyemission, kurs 25 kr ¹⁾	400 800	45 600 098		
Optionsprogram ²⁾		219 600		
Förl täckn fr fonder		−20 737 871		20 737 871
Årets resultat				−18 956 147
Vid årets slut	2 022 150	63 801 579	2 300	−18 956 147

1) Emissionskostnaderna uppgick till kr 4 229 103 vilka har reducerat överkursfonden.

2) Optionsprogram till VD, styrelse, personal och närstående

Tidpunkt	Teckningstid	Antal	Lösenpris	Utställda
Feb 2000	2001-06-01–2002-12-01	550 000	4 kr	550 000
Mar 2000	2001-08-01–2003-02-01	290 000	18,95 kr	290 000
Maj 2000	2001-09-01–2003-03-01	258 000	35 kr	164 000

NOT 15 CHECKRÄKNINGSKREDIT

	Koncern	Moderbolag
Beviljad kreditlimit	2 000 000	2 000 000
Outnyttjad del	-2 000 000	-2 000 000
Utnyttjat kreditbelopp	—	—

Säkerheter redovisas i not 17 "Ställda säkerheter för skulder till kreditinstitut".

NOT 16 ÖVRIGA SKULDER TILL KREDITINSTITUT, LÅNGFRISTIGA

	Koncern	Moderbolag
Förfallotidpunkt, 1–5 år från balansdagen	650 000	650 000
	650 000	650 000

NOT 17 STÄLLDA SÄKERHETER FÖR SKULDER TILL KREDITINSTITUT

	Koncern	Moderbolag
Företagsinteckningar	4 000 000	4 000 000
	4 000 000	4 000 000

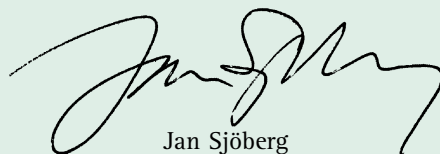
NOT 18 UPPLUPNA KOSTNADER OCH FÖRUTBETALDA INTÄKTER

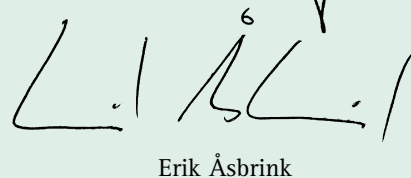
	Koncern	Moderbolag
Personalrelaterade kostnader	540 759	363 492
Övriga poster	533 364	526 705
	1 074 123	890 197

Stockholm 31 Augusti 2000


Krister Hanner
Ordförande


Ulf Söderberg


Jan Sjöberg


Erik Åsbrink


Hans Flodh
Verkställande direktör

Revisionsberättelse

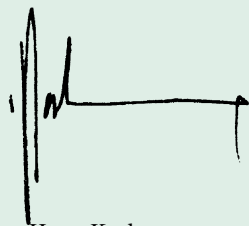
Jag har granskat årsredovisningen, koncernredovisningen och bokföringen samt styrelsens och verkställande direktörens förvaltning i Bringwell International AB för räkenskapsåret 1999-07-01 – 2000-06-30. Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för räkenskapshandlingarna och förvaltningen. Mitt ansvar är att uttala mig om årsredovisningen, koncernredovisningen och förvaltningen på grundval av min revision.

Revisionen har utförts i enlighet med god revisionssed i Sverige. Det innebär att jag planerat och genomfört revisionen för att i rimlig grad försäkra mig om att årsredovisningen och koncernredovisningen inte innehåller väsentliga fel. En revision innefattar att granska ett urval av underlagen för belopp och annan information i räkenskapshandlingarna. I en revision ingår också att pröva redovisningsprinciperna och styrelsens och verkställande direktörens tillämpning av dem samt att bedöma den samlade informationen i årsredovisningen och koncernredovisningen. Som underlag för mitt uttalande om ansvarsfrihet har jag granskat väsentliga beslut, åtgärder och förhållanden i bolaget för att kunna bedöma om någon styrelseledamot eller verkställande direktören är ersättningskyldiga mot bolaget. Jag har även granskat om någon styrelseledamot eller verkställande direktören på annat sätt har handlat i strid med aktiebolagslagen, årsredovisningslagen eller bolagsordningen. Jag anser att min revision ger mig rimlig grund för mina uttalanden nedan.

Årsredovisningen och koncernredovisningen har upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och ger därmed en rättvisande bild av bolagets och koncernens resultat och ställning i enlighet med god redovisningssed i Sverige.

Jag tillstyrker att bolagsstämman fastställer resultaträkningen och balansräkningen för moderbolaget och för koncernen, behandlar förlusten i moderbolaget enligt förslaget i förvaltningsberättelsen och beviljar styrelsens ledamöter och verkställande direktören ansvarsfrihet för räkenskapsåret.

Stockholm 2000-09-06

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Hans Karlsson'. The signature is stylized with a vertical line on the left and a horizontal line extending to the right.

Hans Karlsson
Auktoriserad revisor

Bringwell-aktien

AKTIEKAPITAL

Aktiekapitalet utgörs av 10.110.750 st aktier à 0,20kr

AKTIEKAPITALET'S UTVECKLING

År	Transaktion	Ökning av antalet aktier	Antalet aktier	Ökning av aktiekapitalet	Totalt aktiekapital	Nominellt belopp
1994	Bolagets bildande	500	500	50 000	50 000	100
1996	Nyemission	1 500	2 000	150 000	200 000	100
1997	Split 100:1	198 000	200 000	0	200 000	1
1997	Nyemission	100 000	300 000	100 000	300 000	1
1997	Nyemission	200 000	500 000	200 000	500 000	1
1997	Split 1:5	2 000 000	2 500 000	0	500 000	0,20
1997	Nyemission	850 000	3 350 000	170 000	670 000	0,20
1998	Nyemission	795 000	4 145 000	159 000	829 000	0,20
1999	Nyemission	3 226 750	7 371 750	645 350	1 474 350	0,20
1999	Nyemission	735 000	8 106 750	147 000	1 621 350	0,20
2000	Nyemission	2 004 000	10 110 750	400 800	2 022 150	0,20

FÖRTECKNING ÖVER AKTIEÄGARE 2000-06-30

Namn	Antal aktier	Antal röster i %
Ulf Söderberg med bolag	940 750	9,3
Mats Lidgard	275 000	2,7
Reumatikerförbundet	234 400	2,3
Stiftelsen Volvresultat	200 000	2,0
Hans Sköld	180 100	1,8
Stig Englund	168 800	1,7
Krister Hanner m. bolag	150 000	1,5
Royal Skandia Life Insurance	129 000	1,3
Hans Flodh	125 000	1,2
Dalarnas försäkringsbolag	100 000	1,0
Carl-Gustaf Ingelman	100 000	1,0
SEB Sveriges Småbolagsfond	100 000	1,0
Övriga (1.410 st)	7 407 700	73,3
	10 110 750	

NYCKELTAL

	1999-2000	1998-1999 (18 mån)
Rörelsemarginal, %	-74,2	-212,7
Avkastning på sysselsatt kapital, %	-39,7	-145,3
Avkastning på eget kapital, %	-40,6	-172,7
Soliditet, %	79,8	67,1
Skuldsättningsgrad, %	2,2	18,9
Antal aktier	10 110 750	7 371 750
Resultat per aktie, kr	-1,88	-2,03
Resultat per aktie efter utspädning, kr	-1,71	-
Antal anställda, medeltal	8	6

Styrelse och revisorer



Fr.v. Jan Sjöberg, Ulf Söderberg, Krister Hanner, Erik Åsbrink och Hans Flodh.

Hans Flodh

VD, Bringwell International AB

Född 1944

Ledamot sedan 1999

Docent i Farmakologi. Sveriges general-konsul i Milano. F.d. VD för Pharmacia & Upjohn International.

Aktieinnehav: 125 000 aktier och 100 000 teckningsoptioner

Krister Hanner, ordförande

Född 1944

Ledamot sedan 1999

En av grundarna bakom Boxman och Wideyes. F.d. VD i Pressbyrå och Megastore. Styrelseledamot i Drax Holding.

Aktieinnehav: 50 000 aktier och 200 000 teckningsoptioner

Jan Sjöberg

Född 1945

Ledamot sedan 1999

Tidigare verksam inom Atlas Copco. Tidigare ansvarig för Mergers & Acquisition på Posten AB, partner inom Indevo samt Investment Manager i Investeringsbanken. Sedan 1997 egen konsultverksamhet genom Vitalisator/-Capital Research samt som styrelseledamot i ett antal bolag.

Aktieinnehav: 80 000 aktier och 50 000 teckningsoptioner

Ulf Söderberg

Född 1969

Ledamot sedan 1994

Grundare av USP Healt Care och Bringwell International.

Aktieinnehav: 940 750 aktier och 0 teckningsoptioner

Erik Åsbrink

Född 1947

Ledamot sedan 2000

F.d. finansminister. F.d. VD för Vasakronan. Styrelseordförande Citizenyes och senior advisor i ABN Amro Bank.

Aktieinnehav: 0 aktier och 70 000 teckningsoptioner

Revisorer

Hans Karlsson, Auktoriserad revisor

KPMG Bohlins

Revisor sedan 1998

Revisorssuppleant

Kari Falk, Auktoriserad revisor

KPMG Bohlins

Revisorssuppleant sedan 1998

Ledande befattningshavare

Hans Flodh

VD, Bringwell International AB
Aktieinnehav: 125 000 aktier och
100 000 teckningsoptioner



Hans Flodh

Kaisa Hedström,

Marknadschef, Bringwell International AB
Aktieinnehav: 400 aktier och
30 000 teckningsoptioner



Kaisa Hedström

Patrik Hellström,

VD, USP Health Care AB
Aktieinnehav: 25 000 aktier och
200 000 teckningsoptioner



Patrik Hellström

Birgitta Flodh,

Ekonomichef
Bringwell International AB
Aktieinnehav: 25 000 aktier och
0 teckningsoptioner



Birgitta Flodh

Ulf Söderberg,

Investor Relations
Affärsutveckling
Bringwell International AB
Aktieinnehav: 940 750 aktier och
0 teckningsoptioner



Ulf Söderberg

Patrik Bergström

Operativ chef
Bringwell International AB
Aktieinnehav: 1 000 aktier och
100 000 teckningsoptioner



Patrik Bergström

Bolagsinformation

EKONOMISK INFORMATION

Årsredovisningen för 1999–2000 beräknas finnas tillgänglig på bolagets kontor fr.o.m 2000-09-15.

Under 2000–2001 avser Bringwell International AB att publicera följande ekonomiska information:

Första kvartalsrapport	2000-11-21
Halvårsrapport	2001-02-20
Niomånadersrapport	2001-05-22

Rapporterna kommer att finnas tillgängliga på www.bringwell.se men kan också beställas från Bringwell International AB på vidstående adress.

Ordinarie bolagsstämma hålls den 28 september 2000 klockan 11:00 på Scandic Hotel Anglais, Humlegårdsgatan 23, Stockholm.

Bringwell International AB
Kungsgatan 3
SE-111 43 Stockholm
Tfn: +46-8-412 72 00,
Fax: +46-8-792 38 00
Internet: www.bringwell.com
Org.nr.: 556484-3232



