Stockholm 011108

Bäste aktieägare!

Tredje kvartalet har präglats av lägre intensitet jämfört med kvartal två. Detta beror dels på namnbytet som gav effekter under juli och halva augusti, men också på att vi drabbats av etikettproblem för Nexcite, som nu är lösta. En närmare beskrivning följer längre fram i rapporten.

Ekonomisk information kvartal 3
I bifogad resultat- och balansräkning beskrivs det ekonomiska utfallet för årets första nio månader. Resultatet för första halvåret var 3,5 Mkr och omsättningen uppgick till 33,1 Mkr. Nedan en kort sammanställning över nyckeltalen för de första nio månaderna.

- Intäkter för de nio första månaderna (jan – sept) uppgick till 42,6 Mkr
- Resultat för de nio första månaderna (jan – sept) uppgick till 3,8 Mkr
- Nettoresultat per aktie (jan – sept) uppgick till 0,38 kr

Aktiviteter under kvartal tre
Kvartalet har dominerats av tre huvudaktiviteter; namnbytet från Niagara till Nexcite, fortsatt expansion på nya marknader samt introduktionen av Magic i USA. Var och en av dessa aktiviteter beskrivs separat i denna rapport.

Vidare har vi också under kvartalet löst upp de kvarvarande rättsliga tvisterna som bolaget varit inblandat i.

Namnbytet till Nexcite
Den 16/7 genomfördes namnbytet från Niagara till Nexcite i USA och den 17/7 följde samma förändring på övriga marknader i världen.

Namnbytet hade föregåtts av mycket intensivt arbete där ett antal varumärkesspecialister både i Sverige och USA var inblandade, detta till trots kände vi en viss osäkerhet om hur marknaden skulle mottaga förändringen.

Vi blev positivt överraskade av de reaktioner vi fick. Utav alla de marknader som vi arbetar mot var det endast en som var negativ de övriga vände namnbytet till något positivt som skapat ytterligare publicitet kring produkten.

Trots det positiva mottagandet av det nya namnet så innebar namnbytet minskad försäljning under ca två månader, från den dagen det stod klart för oss att vi måste byta namn, ca den 15/6 – 15/8 då det nya namnet verkligen implementerats. Detta har naturligtvis givit genomslag i både omsättningssiffrorna och i resultatet för perioden.

Introduktionen av Magic i USA
Den första stora leveransen av Magic till USA gjordes i juli och den har nu följts upp med ytterligare leveranser. Än så länge har försäljningen koncentrerats till området kring Detroit och Chicago där utfallet varit bra. Steg för ytterligare distributionstäckning har påbörjats där ett antal stora intressenter med rikstäckande distribution ingår.

Etikettproblem, Nexcite
I samband med att leveranserna av Nexcite påbörjades drabbades vår producent av problem vid appliceringen av etiketterna på Nexciteflaskorna. Problemet uppdagades inte under själva produktionen utan först när produkterna levererats till respektive marknad. Vid produktionen fanns inga synbara problem men pga av limkvalitet, dosering och maskininställningar uppstod en sammanklistringseffekt när flaskorna förpackats.

Nexcite marknadsförs och säljs som en exklusiv produkt och följaktligen är finishen av stor vikt. Vi reagerade snabbt på våra partners signaler och har tillsammans med vår producent och leverantören av flaskor, lim och etiketter satt in alla tänkbara resurser för att eliminera problemet. Som med de flesta industriella processer tar det tid och mängden produkter som levererats och sålt under perioden har minskat pga detta.

Både flaskor och etiketter har förändrats och därmed är nu problemet löst. Flaskor med fullgoda etiketter levereras nu till samtliga marknader.

Under perioden har vår producent tagit ansvar för de reklamationer som inkommit, ersättningsprodukter har levererats kostnadsfritt till de drabbade marknaderna. Samtidigt har våra lokala distributörer etiketterat om flaskor med felaktiga etiketter lokalt. Dessa ”gratisleveranser” har naturligtvis inneburit att vår försäljning blivit negativt påverkad.

Tvister
Under perioden har följande tvister lösts av Magic House och Zip Structure: Kapral, PM-Sälj, Varumärkestvisten och Vitalitet. Redan i halvårsrapporten berättade vi om att vi gjort en uppgörelse med Pfizer angående namnet på vår produkt Nexcite (tidigare Niagara). Därmed kvarstår inga rättsliga tvister i bolaget.

Listning av bolaget
Magic House aktier noterades den 8 oktober via Thenberg & Kinde Fondkommission på Göteborgs OTC-lista. Bolagets aktiekurs redovisas nu dagligen i bl a Svenska Dagbladet, Dagens Industri och på Thenberg & Kindes hemsida www.thenberg.se. Thenberg & Kinde går att nå på telefon 031-745 50 00 eller fax 031-711 22 31.

Händelser i Norden
Vi har planerat ett antal marknadsaktiviteter, mot konsument, för Magic i Sverige. Introduktionen av Magic Mind Booster är i gång och vår partner, Ancrona rapporterar stort intresse för produkten från handelsblocken.

I Norge har vi skrivit ett Letter of Intent med en ny distributör som skall överta ansvaret för den norska marknaden fr o m den 1/1-02. På sikt ska denna distributör även introducera Nexcite i Norge. Vår nuvarande distributör fortsätter distributionen till den 31/12-01.

Händelser i övriga Europa
Under kvartal 3 har ett stort antal marknader i Europa bearbetats med bl a underlag för myndighetsgodkännande. Problemen med etiketterna för Nexcite har tyvärr försenat introduktionen av produkten på ett antal europeiska marknader. Under kvartal fyra kommer de första leveranserna att ske till ett antal marknader i Mellan- och Sydeuropa.

Händelser i Sydamerika
Vår partner i Bolivia har arbetat med att bygga upp ett distributionsnät i ett antal länder i Sydamerika och några stater i Mellanamerika. De utvalda distributörerna arbetar nu med att få myndighetsgodkännande i respektive land.

Händelser i Mellanöstern
Lanseringen av Magic fortsätter på nya marknader i Mellanöstern. Magic Mind Booster har blivit väl mottagen och introduktionen har medfört ökat hyllutrymme i butiker vilket är viktigt med tanke på den ökade konkurrensen.

Händelser i Australien och Nya Zeeland
Myndighetsgodkännandet för Nexcite i Australien är inte klart ännu. Det är svårt att avgöra hur utdragen denna process kan bli.

Händelser i Asien
Intresset för framför allt Nexcite har varit stort i Asien, men även för våra andra varumärken, i första skedet kommer Nexcite att introduceras för att sedan följas av någon av de andra produkterna.

Den marknad som kommit längst är Sydkorea. Den första provleveransen har i dagarna följts upp av en betydligt större order som levereras under kvartal 4 (se bifogad pressrelease).

Sammanfattning
Tredje kvartalet har inte motsvarat våra förväntningar. Orsaken till detta är problemen med etiketterna på Nexciteflaskorna.

Problemen är nu lösta och prognosen för kvartal fyra ser bra ut. Vi kommer att kunna avsluta året starkt och resultatet för helåret 2001 har alla förutsättningar att bli bra.

Detta i kombination med möjligheterna som vi har framför oss på ett antal nya marknader gör att vi fortfarande ser framtiden an med stor tillförsikt.

Framtida information
Samtliga rapporter kommer i framtiden att offentliggöras via följande hemsidor; Waymaker (www.waymaker.se), Thenberg & Kinde (www.thenberg.se) och Magic House (magic-house.se).

Vi ber dig som vill erhålla framtida rapporter från Magic House AB direkt via normal post eller e-post att fylla i bifogad blankett och skicka den till Magic House AB, Box 1515, 111 85 STOCKHOLM.

Med vänlig hälsning

Jonas Jaenecke
Verkställande direktör

Nästa rapport: 7 februari 2002.

Bilagor till rapporten: Pressrelease Sydkorea
Anmälningsblankett framtida rapporter

Magic House AB (publ)		
55 65 85-5946		
RESULTATRÄKNING		
Belopp i tkr	*Not*	*2001-01-01*
		2001-09-30
Nettoomsättning		42 671
Rörelsens kostnader		
Råvaror och förnödenheter		-30 248
Övriga externa kostnader		-5 954
Personalkostnader		-2 016
Avskrivningar		-443
Rörelseresultat		**4 010**
Finansnetto		-191
Resultat efter finansnetto		**3 819**

Magic House AB (publ)		
55 65 85-5946		
BALANSRÄKNING		
Belopp i tkr	*Not*	*2001-01-01*
		2001-09-30
TILLGÅNGAR		
Anläggningstillgångar		
Immateriella anläggningstillgångar		4 763
Materiella anläggningstillgångar		177
Finansiella anläggningstillgångar		
Andra långfristiga värdepappersinnehav		-
Andra långfristiga fordringar		4000
Summa anläggningstillgångar		**8 940**
Omsättningstillgångar		
Varulager m.m.		
Färdiga varor och handelsvaror		362
Kortfristiga fordringar		
Kundfordringar		3 327
Övriga fordringar		697
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter		896
		4 920
Kassa och bank		2 164
Summa omsättningstillgångar		**7 446**
SUMMA TILLGÅNGAR		**16 386**

Magic House AB (publ)		
55 65 85-5946		
BALANSRÄKNING		
Belopp i tkr	*Not*	*2001-01-01*
		2001-09-30
EGET KAPITAL OCH SKULDER		
Eget kapital		
Aktiekapital		844
Ej registrerat aktiekapital		1 500
Periodens resultat		3 819
		6 163
Långfristiga skulder		
Banklån		2 000
Checkräkningskredit		154
		2 154
Kortfristiga skulder		
Leverantörsskulder		4 474
Övriga skulder		93
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter		3 502
		8 069
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		**16 386**

Magic House AB (publ)		
55 65 85-5946		
KASSAFLÖDE		
Belopp i tkr	*Not*	*2001-01-01*
		2001-09-30
Kassaflöde före förändring av rörelsekapital och		
investeringar		4 262
Rörelsekapitalförändring		3 617
Kassaflöde från den löpande verksamheten		7 879
Investeringar netto		-5 383
Kassaflöde efter investeringar		2 496
Kassaflöde från finansieringsverksamheten		-347
Periodens kassaflöde		2 149
Likvida medel vid periodens början		15
Likvida medel vid periodens slut		**2 164**

Tillämpade redovisningsprinciper överensstämmer med dem som används i den senaste årsredovisningen.

Denna rapport har ej granskats av bolagets revisorer.

Pressmeddelande

Magic House AB (publ)

2001-10-30

Magic House får första volymorder på Nexcite till Sydkorea.

Efter omfattande konsumenttester och godkännandeförfaranden hos myndigheterna, har vår importör beställt sin första volymleverans till Korea.

Intresset för den här typen av drycker är mycket stort i Asien. Framför allt för Nexcite eftersom produkten har fått mycket publicitet i olika medier.

Franko som erhöll rätten att sälja och marknadsföra Nexcite i början av juli, ämnar att öka romantiken hos koreanska par. Drycken marknadsföres i exklusiva butiker och varuhus.
VD Hank Jeong säger ”Vi skall skapa en helt ny marknadsnisch. Det sydkoreanska folket kommer att bli mycket entusiastiska över Nexcite, den kommer att bli en lika stor succé här som I USA”.

Detta är det första steget i introduktionen av Nexcite på den intressanta asiatiska marknaden.

Korea har ca. 46 000 000 invånare med bra levnadsstandard och stora grupper har mycket god köpkraft.

Målsättningen är att ha hygglig marknadstäckning till jul.

För ytterligare information, kontakta

Jonas Jaenecke VD
Tel 08-40 60 800

Magic House är noterat på Göteborgs OTC-lista. Magic House utvecklar varumärken och produkter inom segmentet Energidrycker, med inriktning att licensiera rättigheter till distributörer och producenter internationellt. Produkterna marknadsförs under varumärkena Magic, Nice samt Nexcite.

Produkterna säljs bl.a. i Bolivia, Estland, Finland, Förenade Arabemiraten, Grekland, Island, Kuwait, Luxemburg, Norge, Ryssland, Storbritannien, Sverige, Sydkorea, USA samt Västindien. Avtalsförhandlingar pågår på ett flertal nya marknader.