ÅRSREDOVISNING 2001
RNB RETAIL AND BRANDS AB



OM rnb

rnb är Sveriges största mode- och konfektionsföretag i det övre kvalitetssegmentet. Omsättningen uppgick januari – augusti 2001 till 371,3 Mkr. Genomsnittligt antal anställda är 353 och koncernen driver 85 butiker, varav 15 under franchise.

AFFÄRSIDÉ

rnbs affärsidé är att med ett internationellt perspektiv äga, driva och utveckla butikskoncept för mode- och kvalitetsmedvetna kunder. rnb skall genom sortiment och starkt konceptuella uttryck skapa en unik upplevelse för kunden.

AFFÄRSMODELL

rnb driver butikskoncept i det övre kvalitetssegmentet. Varje koncept är inriktat på väl definierade målgrupper. I detta segment marknadsför och säljer rnb konfektion som tillsammans täcker barn i åldrarna 0-16 år, kvinnor i åldrarna 18-50 år och män i åldrarna 18-55 år.

Följande fem butikskoncept ingår i rnb

- Polarn O. Pyret (POP)
- Saks
- Solo
- Blombergs
- NK/Varumärkesbutiker

MÅL

rnbs mål är att stärka positionen som det ledande mode- och konfektionsföretaget i Sverige i det övre kvalitetssegmentet med god lönsamhet och därigenom skapa aktieägarvärde. Vidare skall rnb växa organiskt och genom förvärv expandera existerande butikskoncept på utvalda marknader. rnb har som målsättning att i genomsnitt uppvisa en årlig omsättningstillväxt överstigande 15 procent och en rörelsemarginal överstigande 8 procent.

KONCERNEN I SAMMANDRAG

- Rörelsens intäkter uppgick till 371,3 (380,2 proforma) Mkr
- Resultatet efter finansnetto uppgick till -50,2 (-16,7 proforma inkl. SPP)
- Resultatet före avskrivningar exklusive engångsposter uppgick till -18,5 (-0,2 proforma) Mkr
- Christel Kinning ny VD sedan den 25 september
- Omfattande åtgärdsprogram genomförs
- Fortsatt expansion genom sex beslutade nyetableringar

Nyckeltal	**Jan-dec 1999**	**Jan-dec 2000**	Proforma **Jan-dec 2000**	**Jan-aug 2001**
Omsättning	162,0	458,8	647,7	371,3
Rörelseresultat, Mkr	0,7	32,3	28,7	-44,1
Resultat före skatt, Mkr	-2,6	26,1	20,0	-50,2
Andel eget riskbärande kapital, %	15,8	33,6	33,6	38,8
Soliditet, %	15,8	33,1	33,1	38,8
Avkastning på sysselsatt kapital, %	1,4	23,5	13,8	neg
Avkastning på eget kapital, %	neg	45,7	14,6	neg
Resultat efter skatt per aktie, kr	-1.09	7,01	2,74	-6,27
Eget kapital per aktie, kr	6,08	19,93	19,93	18,86
Eget kapital per aktie vid full konvertering, kr	6,08	21,32	21,32	20,66
Antal butiker vid periodens utgång, st	31	74	74	70
Antal franchisebutiker vid periodens utgång, st	13	15	15	15

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

VD kommenterar 2
Konfektionsmarknaden 4
Verksamheten 6
Aktiekapital och ägarförhållanden 18
Fem år i sammandrag 19
Förvaltningsberättelse 20
Räkenskaper 23
Koncernens resultaträkning, balansräkning
och kassaflödesanalys 23
Moderbolagets resultaträkning, balansräkning
och kassaflödesanalys 27
Redovisningsprinciper 31
Noter 31
Revisionsberättelse 37
Styrelse, ledande befattningshavare
och revisorer 38
Definitioner och ordlista 40

VD KOMMENTERAR

FÖRETAGET

rnb äger, driver och utvecklar butikskoncepten Polarn O. Pyret, Solo, Saks, Blombergs och NK/Varumärkesbutiker. Varje butikskoncept riktar sig till väl definierade målgrupper med olika önskemål och behov, men med ett gemensamt intresse av kvalitet och service.

rnb-koncernen skapades genom att Polarn O. Pyret AB i juni 2000 förvärvade Portwearkoncernen. Genom att samordna administration, marknadsföring och andra gemensamma funktioner kan verksamheten bedrivas mer effektivt. En flexibel, kompetent och kostnadseffektiv centralorganisation ger fördelar och kostnadsbesparingar som fristående butikskedjor har svårt att nå. Med ett bättre stöd för butikskoncepten kan dessa i högre utsträckning fokusera på kundupplevelsen och på att skapa mervärden för kunden. Sammantaget ger detta rnbs butikskoncept ett försprång på en allt mer konkurrensutsatt marknad.
I juni 2001 noterades rnb på Stockholmsbörsens O-lista. I samband med noteringen genomfördes en nyemission som tillförde bolaget 60,5 Mkr. Kapitaltillskottet skapar goda förutsättningar för oss att ytterligare stärka vår position som det ledande mode- och konfektionsföretaget i Sverige i det övre kvalitetssegmentet.

RESULTAT

Verksamhetsåret 2001 omfattar endast årets åtta första månader eftersom rnb övergår till brutet räkenskapsår, för att underlätta jämförelser med övriga företag i branschen. Detta innebär att modebranschens fyra starkaste månader saknas i denna årsredovisning.

Under jan-aug 2001 minskade omsättningen till 371,3 (380,2 proforma) Mkr och resultatet efter finansnetto uppgick till – 50,2 (– 16,7 proforma inklusive SPP) Mkr.

Att försäljningen avtog berodde dels på en allmän marknadsnedgång, dels på att rnb byggde om fem av de största enheterna, varför dessa periodvis var stängda. Försäljningsminskningen skapade ett behov av att rea ut delar av lagret vilket påverkade bruttomarginalen negativt.

Resultatet påverkades även negativt av att rnb genomförde omstruktureringen och noteringsprocessen samtidigt som marknaden försvagades. Den uppmärksamhet notering och omorganisation krävde, försvårade för oss att vidta snabba åtgärder för att möta den vikande efterfrågan.
Med den struktur som nu etablerats har rnb goda förutsättningar att återställa och förbättra sin lönsamhet. Vi har genomfört ett besparingsprogram som sänker kostnaderna med ca 19 Mkr på årsbasis, motsvarande 3,0 procent av koncernens totala kostnader under det gångna räkenskapsåret.

Besparingen har omfattat personalminskningar på central nivå, effektivare timplanering i butiksledet samt omdisponeringar av lokaler.

STRATEGI

En av fördelarna med att samordna olika kedjor i ett företag är att det tillåter central hantering av inköp, IT, logistik, etablering, ekonomi, personalfrågor, CRM och private brands. På detta sätt kan kostnader hållas nere samtidigt som koncernens förhandlingsstyrka gentemot leverantörer förbättras väsentligt.



Arbetet med att utveckla samordningsfördelar mellan Polarn O. Pyret och Portwear har fortsatt under året.

- De första stegen har tagits för att hantera butikskonceptens kundklubbar bättre. Förutom att kommunicera mer kostnadseffektivt med medlemmarna är målet att skapa större kundnytta och därigenom stärka kundrelationen. Totalt har rnb ca 220 000 medlemmar i sina kundklubbar och antalet ökar stadigt.
- Utvecklingen av egna varumärken var positiv under hösten 2001 inom Solo, Saks, Blombergs och NK / Varumärkesbutikerna. Med en större inköpsvolym och genom att samarbeta med Polarn O. Pyrets inköpskanaler finns förutsättningar att ytterligare förbättra bruttomarginalerna.
- Ett centrallager färdigställdes i augusti 2001, vilket effektiviserar logistiken och minskar behovet av dyra lagerytor i anslutning till butikerna. I anslutning till centrallagret öppnades Vinsta Outlet för att hantera det överskott av plagg som kan finnas kvar efter normala realisationer.

FRAMTIDEN

Under de senaste årtiondena har konfektionsmarknaden i Sverige genomgått en omfattande strukturomvandling. Den enskilda fackhandeln har minskat kraftigt till förmån för butikskedjor. rnb är positionerat för att dra fördel av en fortsatt utveckling i denna riktning. Vi avser att utforska de möjligheter att ytterligare stärka vår position i det övre kvalitetssegmentet som konjunkturläget för med sig.

En avgörande konkurrensfördel för rnb är att erbjuda tydliga koncept till en väl definierad målgrupp. Med ett tydligt och intressant koncept kan koncernen vinna marknadsandelar trots att marknaden viker. rnb har dessutom framgångsrikt vitaliserat koncepten. Varumärket Polarn O. Pyret har under de senaste två åren lyfts till nya framgångar genom att förnya sortiment, butiksmiljö och bemötande. För närvarande arbetar vi på att ge Solo en mer framträdande position. Detta ska ske genom att etablera Solo Man och Woman på Biblioteksgatan i Stockholm under mars 2002. Konceptet kommer att få en ny butiksinredning, förnyat sortiment och en omarbetad kommunikativ plattform.

I november 2001 fattades beslut om att integrera Saks och Blombergs till ett nytt spännande koncept för en mogen målgrupp. Den demografiska förskjutningen innebär en växande andel äldre konsumenter med moderna värderingar och krav. Genom att integrera koncepten kan rnb fokusera sin expansion på färre men större affärsområden. De första resultaten av detta arbete kommer att synas i butikerna under hösten 2002.

rnb är idag väl positionerat i det övre kvalitetssegmentet. Koncernen har den kunskap, organisation och finansiella styrka som krävs för att tillvarata möjligheterna i den pågående strukturomvandlingen. rnb har den energi, framsynthet, kompetens och flexibilitet som krävs för att möta ökade krav från medvetna konsumenter och skapa bästa möjliga köpupplevelse för kunden.

Vi är ett modeföretag som når samordningsfördelar genom att samverka, samtidigt som vi möter kunderna med olika koncept utvecklade för att passa just deras önskemål och drömmar. Vi tror på samordning, inte likriktning. Jag är övertygad om att vi med vår affärsmodell kommer att skapa värden för våra aktieägare under de kommande åren. Vårt mål är att vara en attraktiv placering.

Stockholm i december 2001

Christel Kinning
VD

KONFEKTIONSMARKNADEN

MARKNAD

rnb är verksamt på marknaden för konfektion och ekipering, vilken omfattar handel med herrkläder, damkläder och barnkläder. Konfektions- och ekiperingsmarknaden påverkas dels av makroekonomiska faktorer, dels av branschspecifika faktorer.

EN MARKNAD I FÖRÄNDRING

De huvudsakliga försäljningskanalerna på rnbs huvudmarknad Sverige är butikskedjor, enskilda fackhandlare, varuhus eller post-orderföretag. Butikskedjorna har under en längre tid ökat sin andel av den totala marknaden på bekostnad av de enskilda fackhandlarna.

Strukturomvandlingen av konfektions-marknaden kommer enligt våra bedömningar att gå allt fortare under de närmaste åren. Ökade krav på flexibilitet gynnar de företag som kan utnyttja synergier inom t.ex. inköp, logistik och data/IT.

Inhemska och internationella butikskedjor kommer att söka en starkare närvaro på den svenska marknaden. Fusioner och uppköp av lokala butikskedjor eller butikslokaler blir allt vanligare. Konfektionsmarknaden är i sig en relativt mogen bransch men erbjuder goda möjligheter till tillväxt för de företag som tar aktiv del i strukturomvandlingen. Goda affärslägen har blivit ett allt viktigare konkurrensmedel när handeln stegvis ökar sin koncentration till citykärnor i städerna eller externa köpcentra. Detta kommer fortsatt att gynna de större aktörerna på bekostnad av den enskilda fackhandeln.

MARKNADENS UTVECKLING

Tillväxten på marknaden för konfektion har ökat gradvis under hela 1990-talet och försäljningen uppgick 1999 till 37,4 miljarder kronor inklusive mervärdesskatt. År 2000 ökade konfektionsmarknaden enligt HUI med 4,0% i löpande priser och 3,0% i fasta priser vilket ger en total marknad på 38,9 miljarder kronor inklusive mervärdesskatt. För 2001 är prognosen en tillväxt på 3,5% och för 2002 3,0% mätt i fasta priser.

Konfektionsmarknadens tillväxt påverkas bland annat av den demografiska strukturen, disponibel inkomst och konsumtions-mönster.

Till följd av ökad befolkning och en förskjutning mot äldre åldersgrupper kommer åldersgruppen 30-60 år att utgöra en större andel av den totala befolkningen under de närmaste åren.

UPPLEVELSEHANDEL

Efterfrågan styrs också av den disponibla inkomsten som tillsammans med konsumtionsbenägenheten ger hur mycket av den disponibla inkomsten våra kunder väljer att lägga på inköp av kläder. Konfektionshandeln konkurrerar i allt större utsträckning med annan upplevelse-konsumtion t.ex. resor och nöjen. Dagens konsumenter ställer höga krav på upplevelser vilket gör det svårare att konkurrera med enbart varan i konfek-tionshandeln. Varje butiksbesök måste ge en upplevelse i form av kunnig och serviceinriktad personal, trevlig och funktionell butiksmiljö och bekvämlighet. Ett allmänt ökat intresse för design och kvalitet inte bara inom mode gör dagens konsument medveten och kräsen. Enligt Sifo är den svenske konsumenten idag en person som är trendkänslig, som vill njuta av livet, som är individualist och som vill forma sin omvärld.

Köpbeteendet präglas av nyckelord som kvalitet, modemedvetenhet och prisvärdhet. Konsumenterna söker variation, mervärde, attityd, individuell anpassning och en relation till butiken. De vill ha en varumärkes- och produktmix som uttrycker en viss livsstil vid valet av inköpsställe. De varumärken i form av butikskedjor eller leverantörsvarumärken som skaffat sig ett emotionellt grepp om en tydlig målgrupp kommer sannolikt att få en ökad betydelse. Genomtänkta butikskoncept med en tydlig profil som riktar sig till en väl definierad målgrupp blir nödvändiga för att nå konsumenten i det växande marknads-bruset.

För att konfektionshandeln skall skapa värden måste fokus sättas på kundernas värderingar och agerande. Kunderna skall betraktas och behandlas som en resurs vars kunskap tillvaratas genom en fortlöpande dialog. Omfattande lojalitetsprogram och en nära dialog med kunderna är en prioritering för att klara framtidens konkurrens.

VÄDER OCH SÄSONGVARIATIONER

Vädret påverkar försäljningen av konfektion. En mild höst och vinter påverkar försäljningen negativt och en kall och regnig sommar bidrar till högre försäljningssiffror. Försäljningen av konfektion varierar även med årstiderna. Generellt sett är försäljningen som högst under höst och vinter där december traditionellt har varit den bästa månaden. Skolstarten medför en markant försäljningsökning av barnkläder och under december månad ökar försäljningen av damkonfektion och damunderkläder.

Prisnivån är generellt högre för höst- och vinterkläder vilket påverkar försäljningsintäkterna samtidigt som bruttomarginalerna är högre. Den stora realisationsmånaden är januari vilket påverkar vinstmarginalen negativt. Våren med nya kollektioner och skolavslutning leder till ökad efterfrågan i maj månad som sedan följs av realisation av vår- och sommarkläder från slutet av juni, med lägre bruttomarginaler som följd.

VERKSAMHETEN

HISTORIK

rnb-koncernen skapades genom att Polarn O. Pyret AB förvärvade Portwear-koncernen i juni 2000. Den nya koncernen har goda förutsättningar att stärka positionen som marknadsledande aktör i det övre kvalitetssegmentet och framgångsrikt möta den tilltagande konkurrensen inom konfektionsbranschen. Genom att utnyttja stordriftsfördelar i form av inköp, logistik, produktutveckling och IT stärker rnb konkurrenskraften gentemot stora nationella och internationella aktörer. Butikskoncepten i de båda företagen vilar på samma grundläggande värderingar om kvalitet och prisvärdhet samt omvårdnad av starka varumärken i form av dels butikskoncept, dels produktvarumärken. Likheterna mellan de båda bolagen skapar goda förutsättningar för att realisera stordriftsfördelarna.

AFFÄRSIDÉ

rnbs affärsidé är att med ett internationellt perspektiv äga, driva och utveckla butikskoncept för mode- och kvalitetsmedvetna kunder. rnb skall genom sortiment och starka konceptuella uttryck skapa en unik upplevelse för kunden.

AFFÄRSMODELL

Följande fem butikskoncept ingår i rnb:

- Polarn o. Pyret (POP)
- Saks
- Solo
- Blombergs
- NK/Varumärkesbutiker

rnb driver butikskoncept i det övre kvalitetssegmentet. Varje koncept är inriktat på väl definierade målgrupper som tillsammans täcker barn i åldrarna 0-16 år, kvinnor i åldrarna 18-50 år och män i åldrarna 18-55 år.

MÅL

rnbs mål är att stärka positionen som det ledande mode- och konfektionsföretaget i Sverige i det övre kvalitetssegmentet med god lönsamhet och därigenom skapa aktieägarvärde. Detta skall ske via fastställda operativa finansiella mål.

Operativa mål

- rnb skall fortsätta att växa organiskt och genom förvärv expandera butikskoncepten på utvalda marknader
- rnbs butikskoncept skall vara de mest attraktiva för den definierade målgruppen
- rnb skall vara det mest attraktiva företaget för medarbetare med ett stort intresse för modebutiker
- rnb skall år 2004 genom ett eller flera koncept vara etablerade i minst tre europeiska storstäder

Finansiella mål

- rnb skall uppvisa en årlig omsättningstillväxt överstigande i genomsnitt 15 procent
- rörelsemarginalen skall överstiga 8 procent
- soliditeten skall långsiktigt överstiga 30 procent

STRATEGIER

För att nå uppställda mål har rnb definierat följande strategier:

- **Expandera existerande koncept genom etablering av nya butiker, via förvärv samt via franchise**

rnb kommer även framgent att ta aktiv del av den omstrukturering som sker inom konfektionsbranschen genom att förvärva regionala butikskedjor och lokala fackhandlare när gynnsamma förutsättningar för detta uppstår. Förvärvade butiker skall effektivt integreras i rnbs affärskoncept. rnb har för avsikt att expandera sina butikskoncept ytterligare i Sverige på utvalda orter, i första hand i storstadsregioner, där rnb gör bedömningen att butikskoncepten kan etableras framgångsrikt. Etableringstakten styrs främst av tillgången på lämpliga förvärvsobjekt och lokaler. rnb har identifierat ett flertal lokala fackhandlare och regionala butikskedjor som potentiella förvärvsobjekt. rnb har för avsikt att växa inom dammodehandeln, primärt genom förvärv av ledande butikskedjor i framför allt Sverige och Norden. Målsättningen är att lansera ett utökat butikskoncept inom dammode under 2002.

rnb undersöker möjligheten att expandera utomlands. Identifierade och intressanta regioner är Norden och norra Europa.

rnb skall även expandera genom ytterligare franchisebutiker. Franchise är ett bra alternativ på orter med begränsat kundunderlag där butiksinnehavarna som driver butikerna har god lokal

marknadskännedom. Det är framförallt PO.P som kommer att expandera via ytterligare franchisebutiker.

rnb kan även komma att komplettera existerande butikskoncept med ytterligare koncept inom ramen för rnbs erfarenhet och kunskap om detaljhandeln. Varje nytt koncept skall kunna utnyttja befintlig kapacitet och kompetens i de centrala funktionerna.

- **Eftersträva en marknadsledande position i det övre kvalitetssegmentet**

På strategiska och prioriterade orter där rnb verkar skall bolaget sträva efter en ledande position som återförsäljare av starka varumärken.

Genom att vara den dominerande återförsäljaren av starka varumärken säkerställer rnb ett långsiktigt samarbete med leverantörerna. Nya leverantörs-varumärken och internationella varumärken som kommer att lanseras på den svenska marknaden, skall se rnb som en naturlig strategisk partner. Därigenom kan rnb genom butikskoncepten marknadsföra de senaste och mest attraktiva varumärkena.

- **Fokus på kunden**

Den centrala organisationen skall stödja butikskoncepten med basfunktioner som inte är konceptunika. Därigenom kan butiks-koncepten fokusera på att analysera förändringar i konsumtionsmönster och koncentrera sina resurser på kund-upplevelsen.

För att förbättra erbjudandet till kunden och anpassa innehållet till konsumenternas förändrade krav kommer en ny CRM-strategi att samordnas mellan butikskoncepten. Syftet är att fokusera på de mest lönsamma kunderna och därigenom effektivisera verksamheten. CRM-strategin leder till en mer kostnadseffektiv marknadsföring och ger säljpersonalen redskap för att öka servicegraden. Medlemmarnas inköp kommer att kunna registreras hos samtliga butikskoncept i en gemensam kunddatabas så att köpbeteendet kan analyseras och användas för framtida marknadsföring.

BUTIKSKONCEPT

Målgruppen för rnbs butikskoncept är mode-kvalitets- och varumärkesmedvetna konsumenter med god köpkraft. De fem butikskoncepten vänder sig till olika definierade målgrupper genom att marknadsföra produkter som tillsammans täcker barn i åldrarna 0-16 år, kvinnor 18-50 år och män 18-55 år. rnbs koncept har gemensamma värderingar avseende varumärken, kvalitet och kundupplevelse. Butikskoncepten kombinerar starka varumärken med en tydlig koncept-upplevelse som är inriktad på en definierad livsstil. Kundens totalupplevelse är rnbs absoluta fokus. Sortiment, butiksmiljö och marknadsföring formas utifrån den definierade målgruppens specifika behov. På detta sätt erbjuder rnb tydliga butikskoncept till definierade målgrupper i det övre kvalitetssegmentet.


POLARN O. PYRET

POLARN O. PYRET

Polarn O. Pyret (POP) är det ledande butikskonceptet för barnkläder inom kvalitetssegmentet i Sverige. Förutom barnkläder finns ett damsortiment som 2001 utgjorde 40 procent av POPs omsättning. Polarn O. Pyret-konceptet marknadsförs i en rikstäckande butikskedja som per den 31/8 2001 bestod av 44 butiker varav 15 under franchiseavtal. Ytterligare en butik öppnades i Kungsbacka i oktober 2001.

POP planerar och driver verksamheten utifrån strategin att vara ett starkt varumärke med egna butiker och franchisetagare. Denna strategi har förstärkts genom att produkterna även säljs på NK Kids tillsammans med internationella varumärken. I februari 2001 utnämndes POP till Årets Butikskedja 2000 i tävlingen Retail Awards arrangerad av Svensk Handel.

Konceptidé

POP skall genom tydliga värderingar erbjuda kvinnor och deras barn ett modernt bassortiment av kvalitetskläder. Omtanke och personlighet skall vara de värderingar som genomsyrar verksamheten.

Kunden

POPs kund är en medveten kvinna. Hon är intresserad av kläder med kvalitet, road av shopping, är köpstark men har begränsat med tid. POPs prioriterade målgrupp är kvinnor som har barn och dessa utgör 70 procent av medlemsklubben. 20 procent är unga kvinnor utan barn och 10 procent är pappor, mor- och farföräldrar.

Butikskoncept

Butikerna ligger i citylägen i större städer eller attraktiva köpcentra och har en snittyta om 134 kvm. POPs målsättning är att öka den genomsnittliga försäljningsytan till 180 kvm. Eftersom tid är en bristvara för POPs kunder skall det vara enkelt att handla i butiken. Vid utformningen av provrum har hänsyn tagits till kundernas behov och önskemål. De större butikerna har skötrum och samtliga butiker har en barnhörna.

Sortiment

POP marknadsför ett komplett sortiment för barn och dam som är formgivet efter en tydlig designstrategi och som produceras via underleverantörer. Sortimentet innehåller även en barnkollektion designad av Filippa K. Sortimentet är uppbyggt kring en modern bas där kvalitet, komfort och funktion prioriteras. Stor vikt läggs vid att sortimentet skall underlätta för kvinnor med barn. Kläderna skall, förutom att vara lätta att sköta, förenkla påklädning samt prioritera säkerhet.

Marknadsföring

För POP är associationer till varumärket av central betydelse. Målsättningen med marknadsföringen är att tydliggöra varumärket Polarn O. Pyret och kommunicera de värderingar som varumärket representerar; kvalitet och omvårdnad av kvinna och barn. En viktig tillgång är kundklubben som innehåller cirka 120.000 aktiva kunder.

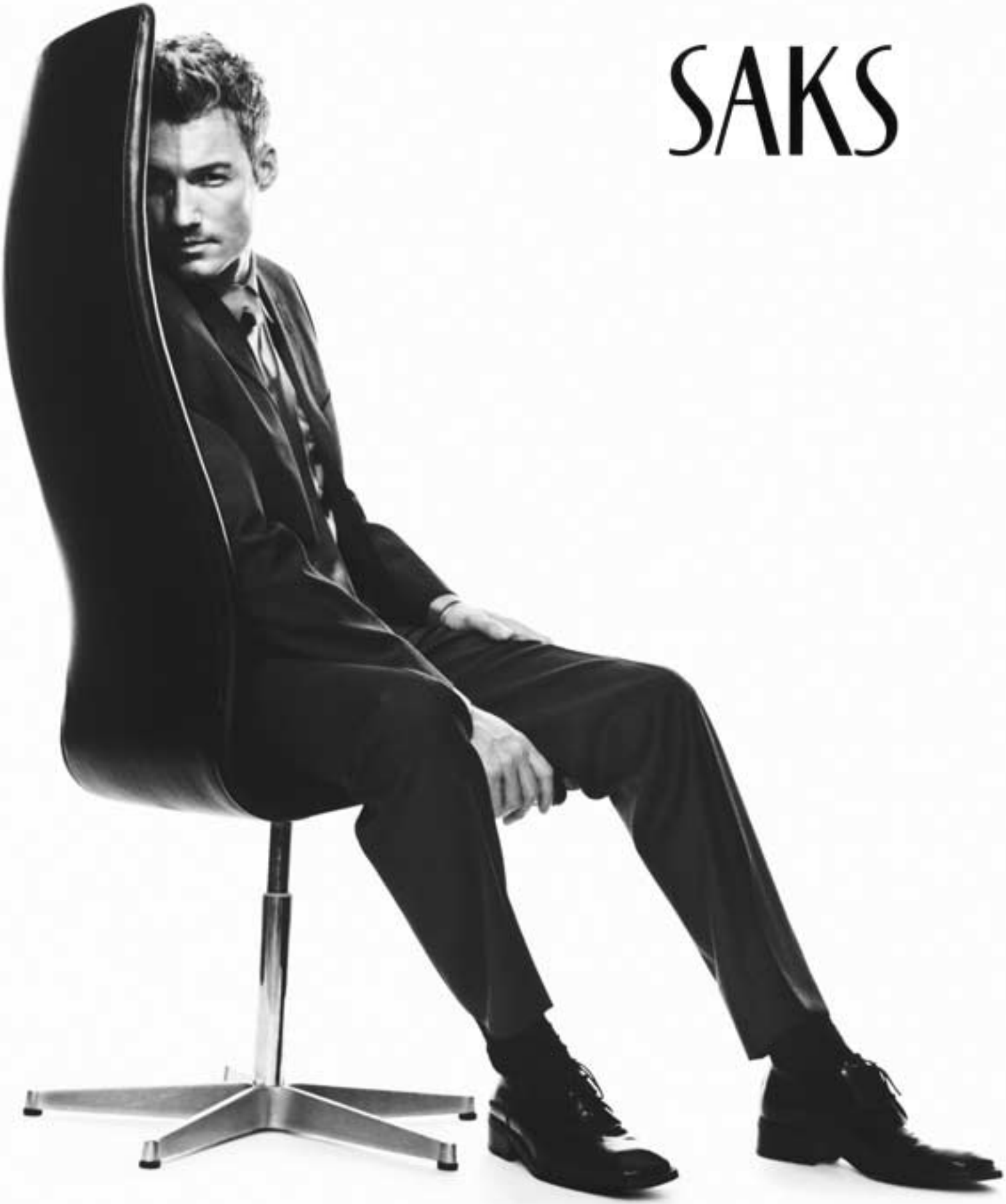
Expansion

Expansionen i Sverige kommer att ske genom etablering av fler och större butiker i storstadsområden. I Sverige har ett flertal etableringsplatser identifierats och målsättningen är att inom en treårsperiod öka antalet butiker med ca 15. Ett stort intresse har visats från utlandet, bland annat de nordiska grannländerna, då det i ett flertal länder saknas barnkläder av hög kvalitet i ett rimligt prisläge. Marknadsanalyser kommer att genomföras i de större nordiska städerna samt i intressanta större städer i övriga Europa.

Franchiseverksamheten

POP har ett utvecklat franchisesystem med franchisetagare i Sverige och på Island. Franchisetagarna får support med varor, marknadsföring, butiksaktiviteter och CRM. Franchisetagarna bidrar till den gemensamma marknadsföringen och erlägger en serviceavgift, baserad på butikens omsättning.




SAKS

SAKS

Saks etablerades i Sundbyberg 1937 av familjen Saks. Saks är idag en modern varumärkeskedja med sex butiker i Stockholmsområdet (per den 31/8 2001). Ytterligare en butik öppnades i Kungsbacka i november 2001. Sakskonceptet har under de senaste åren omprofilerats och är nu redo för att expandera i Sverige, främst genom förvärv av lokala herrbutiker och herrbutikskedjor.

Konceptidé

Att marknadsföra herrkläder med tonvikt på konfektion till modemedvetna män, som uppskattar kvalitet, starka varumärken och mode.

Kunden

Kunden i Saksbutiken är en varumärkesmedveten man som värdesätter kvalitet, service och mode. Han vill vara välklädd och följer med i samhällets trender och utveckling. Valet av butik sker utifrån de behov kunden har att vilja vara välklädd på såväl arbete som fritid. Tryggheten ligger i valet av inköpsställe tillsammans med starka och kända varumärken. Kunden ställer höga krav på kompetens och serviceförmåga hos personalen. Kunden är också trogen, vilket skapar en underliggande trygghet för konceptet samtidigt som det ställer stora krav på att ständigt kunna förnya butikerna och sortimentet inom ramen för kundens preferenser.

Butikskoncept

Nuvarande butiker är i genomsnitt 259 kvm. Målsättningen är att de nya butikerna skall vara mellan 200 till 300 kvm. De skall vara belägna i vältrafikerade affärslägen såsom city, stadsdelscentra eller köpcentra. Inredningskonceptet förnyades under 1995 och 1996 och samtliga sju butiker är inredda enligt det nya konceptet. Designen utgår från att skapa en trygg köpmiljö med hög kvalitet. Butikerna skall vara moderna herrbutiker med ljusa träslag och en flexibel inredning som ger goda möjligheter att exponera leverantörsvarumärkena i butiken.

Sortiment

Saks bygger basen i produktmixen från ledande varumärken och är attraktiv genom en blandning av starka varumärken inom konfektion och leisure. Starka internationella varumärken som Hugo Boss, Gant och Dockers kompletteras med Tiger och Eton samt det egna varumärket Alter. Genom att Saks vänder sig till en man i fyrtioårsåldern har konceptet framgångsrikt lyckats skapa ett tydligt innehåll för målgruppen både för arbete och fritid.

Genom att marknadsföra de främsta varumärkena inom konfektion skall Saks vara ledande inom segmentet med ett heltäckande sortiment av herrkläder. Sortimentet består av 40 procent konfektion och 60 procent leisure-wear. Sortimentet byggs upp genom en fast inköpsdel och en omköpsdel. Omköp sker framför allt från Hugo Boss och Tiger.

Marknadsföring

Marknadsföringen av Saks syftar till att långsiktigt stärka och bevara konceptets profil. Annonsering delas upp på profil- och trafikannonsering. Profilannonsering koncentreras till rikstidningarna samt storbildstavlor och trafikannonsering används i lokalpressen. Saks kundklubb skall erbjuda ett lojalitetsprogram som gör att kunden lägger inköpen hos Saks eftersom Saks erbjuder en unik sortimentsmix av varumärken.

Expansion

Saks expansion skall ske i större svenska städer där tillräckligt kundunderlag för etablering finns. Det finns ett ökande antal herrbutiker och butikskedjor som söker ägarförändringar. Vid förvärv av dessa kan Saks ta tillvara den kundström som redan finns i butikerna och etablera det egna butikskonceptet. Saks har identifierat ett antal orter som är intressanta att expandera på utifrån konkurrenssituation, demografisk struktur och varumärkesförsäljning.





SOLO

SOLO

Solo öppnade den första butiken i Göteborg 1981. Solokedjan förvärvades under 1999 och det finns idag åtta butiker fördelade på fem städer i Sverige. Under våren 2002 kommer en ny butik på 500 kvadratmeter att öppna på Biblioteksgatan i Stockholm.

Konceptidé

Solo säljer modekläder med starka design-uttryck och attraktiva varumärken till en medveten individualist, kille eller tjej, i en inramning som är annorlunda och nyskapande.

Kunden

Solos kund är en medveten och nyfiken tjej eller kille som söker spännande butiker med högt designinnehåll. Kunden prioriterar starka moderna varumärken och är uppdaterad på internationella modetrender men har samtidigt en individuell åsikt och smak. Val av butik och produkt är en tydlig signal på vilken grupp kunden vill tillhöra. 25 procent av killar och tjejer mellan 18-25 år utgör Solos prioriterade målgrupp. Köpmålgruppen är dock större då alltfler lever en yngre livsstil allt högre upp i åldrarna.

Butikskoncept

Solo är ett storstadskoncept men kan även etableras i större universitetsstäder eller i storstadsområden. Konceptet kan delas upp i tre delar; Solo Jeans, Solo Man och Solo Woman. För att kunna erbjuda hela sortimentet krävs ca 400 kvm. Idag finns tre singeletableringar av Solo Man. Målsättningen är att butikerna skall bli en naturlig mötesplats för målgruppen.

Sortiment

Solo Jeans innehåller denimprodukter och jeansrelaterade leisureprodukter. Solo Man och Solo Woman erbjuder kläder både för fritid och till mer uppklädd konfektion. Sortimentet är anpassat till målgruppens aktiva och sociala liv. Utöver kläder finns ett sortiment av accessoarer där innehållet varierar efter aktuell trend och aktuellt mode. Exempel på varumärken som finns i Solokonceptet är J. Lindeberg, Tiger, Paul Smith, Filippa K, Levis och Diesel. På Solo presenteras ett urval som genom mixen av modegrad och varumärke bildar ett unikt utbud. Solo har också private brands, till exempel Solo och Mono, som innehåller basprodukter med kontinuerlig påfyllnad eller vissa snabbrörliga modeprodukter där efterfrågan uppkommer snabbt och som varumärkesleverantörerna behöver lång framförhållning för att kunna leverera.

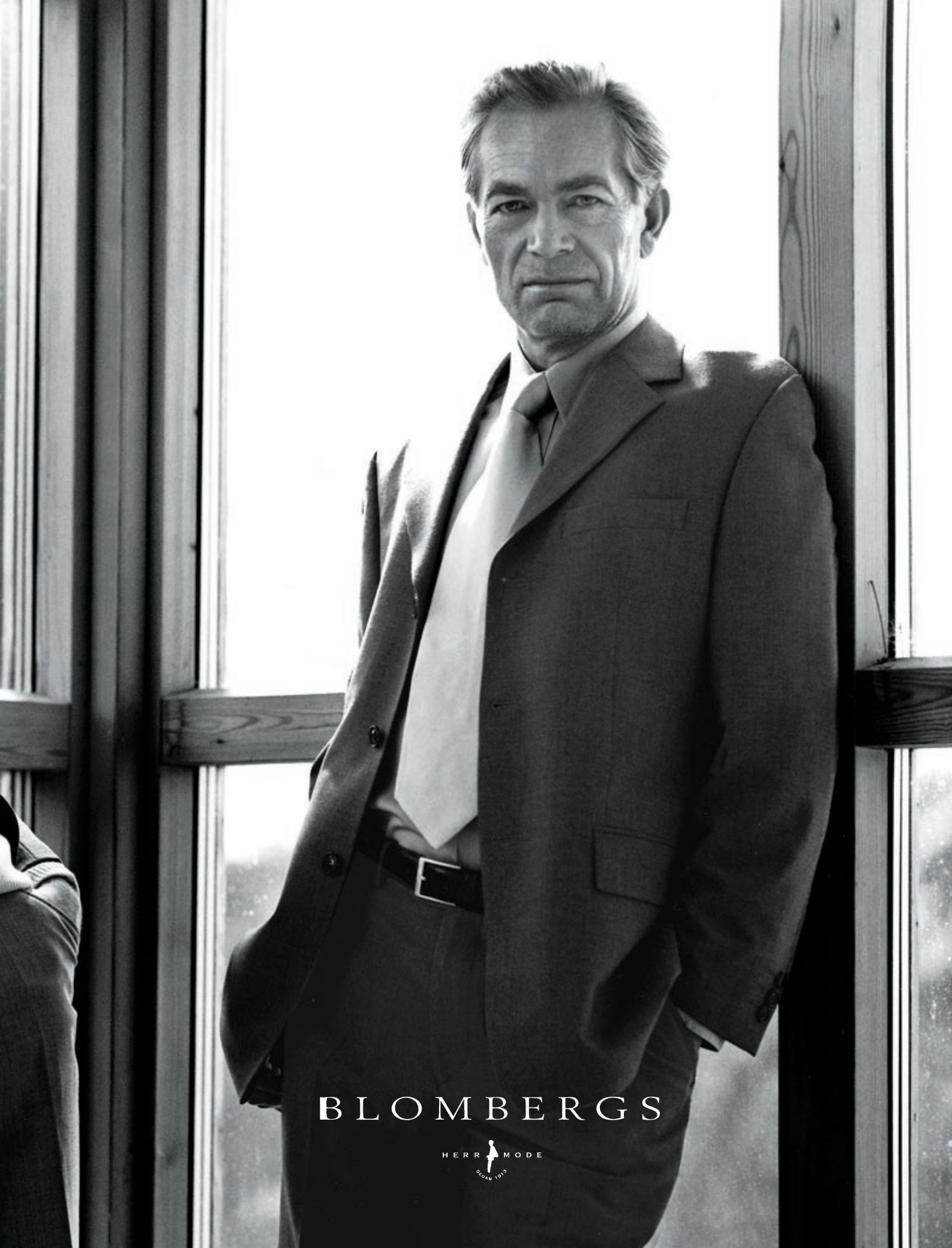
Marknadsföring

Under 2002 är målsättningen att varumärkesplattformen skall förstärkas genom lansering av ett nytt inredningskoncept. Soloklubbens lojalitetsprogram är en del av rnbs CRM-strategi, vilket kommer att effektivisera marknadsföringen mot Solos målgrupp bland annat genom interaktiva media.

En viktig del i relationsmarknadsföringen är att skapa mervärde med hjälp av Solos samarbetspartners inom musik, film, restaurang och nöje. I dagsläget finns ett tiotal samarbetspartners med vilka Solo samarbetar om erbjudanden och speciella aktiviteter. För att stärka Solos varumärke publiceras löpande imagekampanjer i modepressen.

Expansion

Förutom konceptbutiker med det totala sortimentet i Stockholm, Göteborg och Malmö planeras singeletableringar av Solo Jeans, Solo Woman och Solo Man att genomföras i storstadsregioner och större universitetsstäder. Det finns stora möjligheter att exportera Solokonceptet till storstäder i Norden och övriga Europa. Inom en treårsperiod förväntas Solo bestå av cirka 15 butiker.


BLOMBERGS
HERR MODE
SEDAN 1913

BLOMBERGS

Tor Blomberg öppnade den första butiken 1913 i Eskilstuna. Familjen Blomberg drev butikskedjan till 1994 då den såldes till två privata detaljhandlare, vilka startade en rekonstruktion och förädling av konceptet. Portwear förvärvade Blombergs 1998 och har fortsatt att förädla och modernisera konceptet. Den viktigaste åtgärden har varit att förbättra lönsamheten till den nivå rnb har i sina övriga koncept genom att öka andelen private brands och samtidigt minska antalet leverantörer.

Blombergs är en herrmodekedja i Mellansverige med 17 butiker på 13 orter. I Blombergs ingår dessutom koncernens två utlandsbutiker varav en är etablerad i Riga och en i Tallinn.

Konceptidé

Blombergs säljer herrkläder till män över 35 år som vill vara välklädda och uppskattar funktion, kvalitet och personlig professionell service.

Kunden

Blombergs kund är en man som vill vara välklädd men ändå funktionell. Han söker personlig service och prioriterar kvalitet i kombination med ett brett sortiment. Kunden är trogen och har ofta en utvecklad relation med personalen. Blombergskunden är medveten men inte trendkänslig. Val av inköpsställe styrs av utbud och att butiken kan tillgodose kundens behov av kläder och service.

Butikskoncept

Blombergs butiker är i genomsnitt 323 kvm. Vid nyetableringar eftersträvar Blombergs att inreda lokaler om cirka 300 kvm. Butiken ligger i citylägen eller i köpcentra med god trafik av kunder.

Sortiment

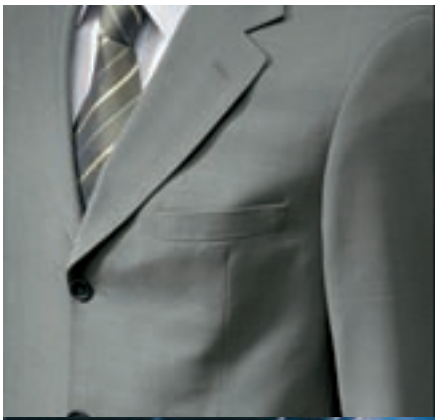
Blombergs heltäckande sortiment utgörs av starka varumärken för herrar. Sir, Melka och Van Gils är några av de viktigaste leverantörerna vid sidan av Blombergs private brands Mario Grappa och Kensington. Private brands är en viktig och allt större del av Blombergs sortiment och bygger på att maximera volym och lönsamhet i de största varugrupperna byxor och jackor. Blombergs är en av de få butikskedjor som kan erbjuda i princip alla storlekar direkt i butiken. Utöver detta finns ett samarbete med utvalda leverantörer för måttbeställning av framför allt konfektion.

Marknadsföring

En stor del av marknadsföringsinsatserna riktar sig till Blombergs Herrklubb som består av drygt 60.000 medlemmar. Medlemmarna i Herrklubben står för en stor del av Blombergs omsättning och är de enskilt viktigaste kunderna.

Expansion

Under hösten 2001 samorganiserades Blombergs med Saks för att tillsammans nå samordnings- och volymfördelar. Prioriterade regioner för expansion är Mellansverige och södra Sverige.








BOSS
HUGO BOSS

NK/VARUMÄRKESBUTIKER

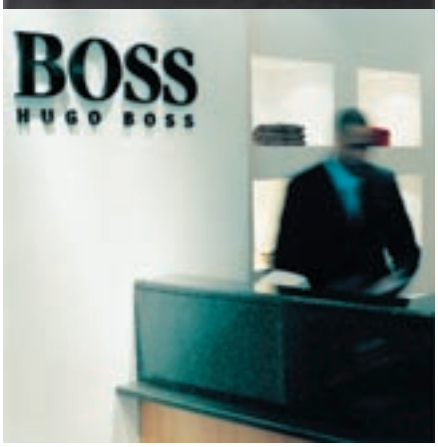
rnb driver ett flertal butiker på NK i Stockholm sedan 1990 då NK fattade beslut om att ändra inriktning från att vara ett traditionellt varuhus till ett entreprenörs-varuhus. Dessa butiker verkar under NKs varumärke men ägs och drivs av rnb som är en av de största aktörerna på NK. NK är Nordens och en av norra Europas ledande marknadsplatser för mode och starka varumärken. rnbs butiker på NK förstärker positionen hos ledande internationella leverantörer och fungerar som dörröppnare för ett mer omfattande samarbete med dessa på den svenska marknaden.

rnb arbetar långsiktigt med att ytterligare stärka relationerna till varumärkes-leverantörer, till exempel Hugo Boss, Armani, Tiger, J. Lindeberg och Sand. Som en följd därav driver rnb flera varumärkesbutiker. Varumärkesbutiker öppnas för de varu-märken som redan visat goda försäljnings-framgångar i något av butikskoncepten. rnb äger och driver butikerna samt anställer personalen. Leverantören står dock oftast för inredningen. Sortiment, marknadsföring och drift regleras i samarbetsavtal med leverantören. Utöver varumärkesbutiker på NK, äger och driver rnb HUGO BOSS Shop i Stockholm. rnb har som mål att etablera nya butiker inom butikskonceptet NK/ Varumärkesbutiker.

NK, som marknadsplats samt försäljningen av starka internationella varumärken har historiskt visat sig vara mindre känsliga för lågkonjunkturer. Detta avspeglar sig i försäljningen i rnbs butiker på NK samt försäljningen av starka varumärken. rnb bedömer att omsättningen även framgent kommer att vara mindre känslig för lågkonjunkturer genom den starka närvaron på NK samt fokuseringen på starka varumärken.

Följande butiker ingår i NK/Varumärkes-butiker; NK kids, NK Barnskor, NK Herr-konfektion, NK Herrshop, Tiger Herr, SAND Herr Shop, Filippa K Man, Marc O´Polo och HUGO BOSS Shop.





AKTIEKAPITAL OCH ÄGARFORHÅLLANDEN

Aktiekapitalet

Det registrerade aktiekapitalet i rnb uppgick 2001-08-31 till 30 017 748 kronor, fördelat på 7 504 437 aktier om nominellt fyra kronor vardera. 7 504 435 aktier är stamaktier och två aktier är preferensaktier.
Antal aktieägare uppgick per den 16 november 2001 till 889 enligt VPC.

Preferensaktier

I februari 1998 lämnade Karl Stockman AB och Paul Lederhausen villkorade aktieägartillskott om vardera 7 Mkr till rnb retail and brands ab i syfte att finansiera POPs omprofilering. De villkorade aktieägartillskotten har inte kunnat regleras på grund av bristen på fritt eget kapital. Vid en extra bolagsstämma den 12 mars 2001 beslutades att nyemittera två preferensaktier. Dessa erbjöds Karl Stockman AB och Paul Lederhausen till teckning i utbyte mot att Karl Stockman AB och Paul Lederhausen eftergav all rätt till återbetalning av de villkorade aktieägartillskotten om sammanlagt 14 Mkr som lämnats till rnb retail and brands ab.

Vid utdelningsbeslut från och med den 1 januari 2003 skall varje preferensaktie berättiga till erhållande av vinstutdelning och utdelning i samband med en eventuell likvidation av rnb före stamaktier intill ett totalt belopp om 5,7 Mkr per preferensaktie. Omedelbart efter preferensakties erhållande av ett totalt belopp om 5,7 Mkr i vinstutdelning och utdelning i samband med en eventuell likvidation av rnb skall preferensaktien konverteras till stamaktie. Sådan konvertering skall omedelbart registreras av bolagets styrelse.

STÖRSTA ÄGARNA I RNB I NOVEMBER 2001

Aktieägare	Antal aktier	Andel röster/ kapital %
Karl Stockman Investment B.V	1 536 757	20,5%
Novax AB	520 000	6,9%
BT Baltrade LTD	506 230	6,7%
Handelsgruppen Nordea Securities AB	366 000	4,9%
SND Invest AS	312 500	4,2%
Rasmus B.V.	303 637	4,0%
Champagne Von Rosen AB	300 000	4,0%
Servisen Private Equity Fund	235 000	3,1%
Nordea Bank SA, Luxemburg	171 793	2,3%
Övriga	3 252 520	43,4%
Totalt	7 504 437	100,0%

Utdelningspolitik

Styrelsens långsiktiga mål är att dela ut en tredjedel av vinsten efter skatt till aktieägarna. För räkenskapsåret 1 januari – 31 augusti 2001 föreslås ingen utdelning att utgå. Vid utdelningsbeslut från och med den 1 januari 2003 har preferensaktie företräde till utdelning före stamaktie i rnb till ett sammanlagt belopp om 11,4 Mkr.

AKTIEKAPITALETS UTVECKLING

År	Transaktion	Ökning av antal aktier	Ackumulerat antal aktier	Ökning av aktiekapital	Ackumulerat aktiekapital	Nominellt belopp per aktie, kr
1997	Ingående balans		90 000		9 000 000	100
1998	Nyemission	11 250	101 250	1 125 000	10 125 000	100
2000	Nyemission	106 125	207 375	10 612 500	20 737 500	100
2001	Split 25:1	4 977 000	5 184 375		20 737 500	4
2001	Nyemission	150 000	5 334 375	600 000	21 337 500	4
2001	Nyemission	253 740	5 588 115	1 014 960	22 352 460	4
2001	Nyemission	2	5 588 117	8	22 352 468	4
2001	Nyemission	1 916 320	7 504 437	7 665 280	30 017 748	4

FEM ÅR I SAMMANDRAG

Resultatposter		1997	1998	1999	2000	Proforma 2000	Jan-aug 8 mån 2001
Omsättning	Mkr	126,9	138,6	162,0	458,8	647,7	371,3
Rörelseresultat	Mkr	-19,3	-12,0	0,7	32,3	28,7	-44,1
Finansnetto	Mkr	-3,1	-3,9	-3,3	-6,2	-8,6	-6,1
Resultat efter finansiella poster	Mkr	-22,4	-15,9	-2,6	26,1	20,0	-50,2
Årets resultat	Mkr	-22,3	-15,9	-2,7	27,1	14,2	-36,0
Balansposter							
Anläggningstillgångar	Mkr	39,8	39,8	41,9	136,7	136,7	177,6
Varulager	Mkr	19,7	20,5	31,1	115,7	115,7	148,3
Kundfordringar	Mkr	2,6	2,4	9,6	8,1	8,1	7,8
Övriga omsättnings-tillgångar	Mkr	3,4	4,1	12,9	33,7	33,7	26,3
Likvida medel	Mkr	1,0	0,8	1,9	18,1	18,1	5,0
Summa tillgångar	Mkr	66,5	67,6	97,4	312,3	312,3	365,0
Eget kapital	Mkr	7,5	10,6	15,4	103,3	103,3	141,5
Minoritetsintresse	Mkr	-	-	-	0,1	0,1	-
Avsättningar	Mkr	-	-	-	1,5	1,5	11,5
Långfristiga skulder	Mkr	32,3	37,5	37,1	114,5	114,5	115,4
Kortfristiga skulder	Mkr	26,7	19,5	44,9	92,9	92,9	96,6
Summa eget kapital och skulder	Mkr	66,5	67,6	97,4	312,3	312,3	365,0
Nyckeltal							
Bruttovinstmarginal	%	43,2	49,3	49,6	50,5	49,5	45,0
Rörelsemarginal	%	neg	neg	0,4	7,0	4,4	neg
Vinstmarginal	%	neg	neg	neg	5,7	3,1	neg
Riskbärande eget kapital	Mkr	7,5	10,6	15,4	104,8	104,8	141,5
Andel riskbärande eget kapital	%	11,3	15,7	15,8	33,6	33,6	38,8
Soliditet	%	11,3	15,7	15,8	33,1	33,1	38,8
Sysselsatt kapital	Mkr	41,1	50,4	55,4	226,0	226,0	260,2
Avkastning på sysselsatt kapital	%	neg	neg	1,4	23,5	13,8	neg
Avkastning på eget kapital	%	neg	neg	neg	45,7	14,6	neg
Antal årsanställda		109	111	113	253	371	353
Antal egna butiker vid periodens utgång		30	32	31	74	74	70
Antal franchise-butiker vid periodens utgång		14	13	13	15	15	15

Definitioner nyckeltal

Bruttovinstmarginal

Nettoomsättningen minus kostnad för sålda varor i förhållande till nettoomsättningen.

Rörelsemarginal

Rörelseresultat i förhållande till nettoomsättningen.

Vinstmarginal

Nettoresultat i förhållande till nettoomsättningen.

Sysselsatt kapital

Balansomslutningen reducerad med icke räntebärande skulder.

Avkastning på sysselsatt kapital

Resultat efter finansiella poster med tillägg för finansiella kostnader i förhållande till genomsnittligt sysselsatt kapital

Avkastning på eget kapital

Nettoresultat i förhållande till genomsnittligt eget kapital

Riskbärande eget kapital

Summan av redovisat eget kapital, minoritetsintressen och uppskjuten skatteskuld.

Andel riskbärande eget kapital

Riskbärande eget kapital i förhållande till balansomslutningen.

Soliditet

Eget kapital i förhållande till balans-omslutningen.

FÖRVALTNINGSBERÄTTELSE

VERKSAMHETEN

rnb-koncernen skapades genom sammanslagningen av Polarn O. Pyret AB och Portwear-koncernen sommaren 2000. Konsolidering av räkenskaperna för den nya koncernen har ägt rum från den 1 juli 2000. För att få relevanta jämförelsetal jämförs utfallet för januari-augusti 2001 med proforma-räkenskaperna för den nya koncernen under samma period 2000.

rnb-koncernen äger, driver och utvecklar butikskoncept för mode- och kvalitetsmedvetna kunder och är ett av Sveriges största modeföretag. rnb verkar med sina butikskoncept i det övre kvalitetssegmentet. Varje koncept är inriktat på väl definierade målgrupper. I rnb ingår butikskoncepten Polarn O. Pyret (PO.P), Saks, Solo, Blombergs och NK/Varumärkesbutiker. Antalet butiker uppgick per den 31 augusti 2001 till 85 varav 15 drivs av franchisetagare.

rnbs ambition är att fortsätta växa inom det övre kvalitetssegmentet och därigenom stärka sin position som det ledande modeföretaget i det övre kvalitetssegmentet.

Den 26 juni 2001 noterades rnb på Stockholmsbörsens O-lista. I samband med noteringen genomfördes en nyemission som tillförde bolaget netto 60,5 Mkr efter avdrag för emissionskostnader. Per den 16 november 2001, uppgick antalet aktieägare till 884.

På en extra bolagsstämma i rnb den 24 augusti 2001 beslutades om byte av räkenskapsår till perioden 1 september – 31 augusti. Beslutet innebär att räkenskapsåret kortats av till att vara 1 januari – 31 augusti 2001. Syftet med ändringen är att underlätta analys av bolaget och jämförelse med andra bolag inom sektorn.

NETTOOMSÄTTNING OCH RESULTAT

Det allmänt försämrade konjunkturläget har även påverkat konsumenternas köpbenägenhet. Konfektions- och beklädnadshandeln har under det senaste året endast vuxit med 0,2 procent.

Koncernens omsättning uppgick under perioden till 371,3 (380,2 proforma) Mkr. Under perioden har fem butiker stängts, fem butiker byggts om och en butik öppnats, vilket medfört att omsättningen minskat i jämförelse med proforma föregående år.

Resultat efter finansiella poster uppgick till -50,2 (-16,7 proforma) Mkr. Resultatet har under perioden juni-augusti 2001 belastas med omstruktureringskostnader om 9,1 Mkr för det beslutade åtgärdsprogrammet. Därutöver har resultatet under perioden belastats med kostnader av engångskaraktär för samgående om 2,8 Mkr.

Bruttovinstmarginalen för perioden januari-augusti 2001 uppgick till 45,0 (46,5 proforma) procent. Perioden juni-augusti har påverkats av ovanligt stora prisnedsättningar till följd av den försvagade efterfrågan på marknaden. Den lägre omsättningen har också medfört oönskade ökningar av varulagret. För det kommande räkenskapsåret beräknas nuvarande överlager kunna reduceras till önskad nivå utan att bruttovinstmarginalen skall påverkas negativt.

Omstruktureringsreserver om 8,5 Mkr har återförts mot resultatet, varav 7,0 Mkr avser avvecklingskostnader för Kimoda och 1,5 Mkr avser kostnader för samgåendet mellan Polarn O. Pyret och Portwear-koncernen.

Konfektionsbranschens försäljning och resultat varierar kraftigt under året, så även för rnb. Kostnadsmassan är relativt likvärdig mellan kvartalen medan försäljningen varierar. För rnb är kalenderårets första åtta månader resultat- och försäljningsmässigt väsentligt sämre än kalenderårets sista fyra månader.

FINANSIELL STÄLLNING OCH LIKVIDITET

Koncernens balansomslutning uppgick till 365,0 Mkr jämfört med 312,3 Mkr vid årsskiftet. Ökningen av balansomslutningen är hänförlig dels till förvärvet av en fastighet för centrallager, dels till ökningen av varulagret.

Det egna kapitalet uppgick till 141,5 (103,3) Mkr, vilket ger en soliditet om 38,8 (33,1) procent. Under perioden har det egna kapitalet ökats genom nyemissioner om 70,7 Mkr netto samt konvertering av konvertibelt förlagslån om 5,1 Mkr. Därutöver har det egna kapitalet påverkats av periodens resultat om -36,0 Mkr.

Koncernens likvida medel inklusive outnyttjade checkkrediter uppgick vid periodens slut till 76,8 Mkr jämfört med 68,1 Mkr vid årsskiftet.

rnb hade ett konvertibelt förlagslån om 13,9 Mkr med en löptid t o m den 30 september 2001. Anmälan om konvertering till nya aktier i rnb till en kurs om 51,67 kronor kunde ske fram till den 31 juli 2001. Då aktiekursen för rnb låg väsentligt under konverteringskursen har ingen anmälan om konvertering skett, vilket medförde att hela lånet om 13,9 Mkr återbetalades den 30 september 2001.

INVESTERINGAR OCH AVSKRIVNINGAR

Periodens investeringar uppgick till 34,1 (90,8 proforma) Mkr, varav förvärv av fastighet utgör 16,4 (0) Mkr, förvärv av bolag 6,7 (78,2 proforma) Mkr samt förvärv av inventarier och butiksinredningar 11,0 (12,6 proforma) Mkr, varav 3,5 Mkr har finansierats via leasingavtal. Avskrivningarna under perioden uppgick till 16,8 (14,9 proforma) Mkr, varav goodwillavskrivningar utgjorde 2,1 (2,1 proforma) Mkr.

PERSONAL

Medelantalet anställda under perioden uppgick till 353 personer (362 proforma).

STYRELSEN

För att säkerställa styrelsens behov av information, följer arbetet den särskilda arbetsordning som styrelsen fastställt rörande arbetsfördelning mellan styrelsen och verkställande direktören. Styrelsen har haft fem sammanträden mellan den ordinarie bolagsstämma i maj 2001 och räkenskapsårets utgång den 31 augusti 2001. Förutom löpande resultatuppföljning, investeringsärenden och strategifrågor, har styrelsen ägnat mycket arbete runt frågor rörande bolagets nyemission och tillhörande notering på Stockholmsbörsens O-lista.

VÄSENTLIGA HÄNDELSER EFTER RÄKENSKAPSÅRETS UTGÅNG

rnbs verkställande direktör Lars-Åke Tollemark lämnade sin befattning 25 september. Till verkställande direktör har styrelsen utsett Christel Kinning, tidigare vice verkställande direktör i rnb.

Den 6 december 2001 tecknade rnb avtal om avyttring av centrallagerffastighet i Vinsta. Avyttringen ger en reavinst om ca 19 Mkr. rnb fortsätter även efter avyttringen med sin centrallager-verksamhet i Vinsta genom tecknande av ett hyresavtal på marknadsmässiga villkor.

ÅTGÄRDSPROGRAM

Besparingsprogrammet som påbörjades i maj innebär kostnadsbesparingar om 5 Mkr på årsbasis. Styrelsen beslutade att genomföra ett omfattande åtgärdsprogram i bolaget med syfte att effektivisera organisationen och kraftigt reducera den fasta kostnadsmassan. Tillsammans med det tidigare besparingsprogrammet beräknas det totala åtgärdsprogrammet innebära kostnadsbesparingar om ca 19 Mkr. Strukturkostnader om 9,1 Mkr för åtgärdsprogrammet har belastat resultatet för verksamhetsåret 1 januari – 31 augusti 2001. Åtgärdsprogrammet kommer att ge märkbart lägre kostnader i befintlig verksamhet redan från första kvartalet på det nya verksamhetsåret 2001/2002 och bedöms få full effekt under slutet av tredje kvartalet.

FRAMTIDSUTSIKTER

Det rådande konjunkturläget gör att marknadsläget för den kommande perioden är svårbedömt. Åtgärdsprogrammet som genomförs kommer dock snabbt att ge effekt på resultatet för kommande räkenskapsår. Sammantaget bedöms bolagets resultat för 2001/2002 bli bättre än motsvarande period föregående år.

BEHANDLING AV ANSAMLAD FÖRLUST

Tkr	
Balanserat resultat	-8 456
Årets resultat	1 319
	-7 137

Styrelsen föreslår att
i ny räkning överföres – 7 137 tkr.

Koncernens fria eget kapital enligt koncernbalansräkningen uppgår till – 30 047 tkr.
Någon avsättning till bundet eget kapital förslås ej.

Stockholm 2001-12-11

Mikael Solberg
Styrelsens ordförande

Andreas Falkenmark | Claes Hansson | Jan Nord

Patrik Bångerius | Eva Eriksson, Arbetstagarledamot | Hans Risberg

Christel Kinning
Verkställande direktör

Vår revisionsberättelse har avgivits 2001-12-11

Olle Andersson
Auktoriserad revisor

Lars Jernberg
Auktoriserad revisor

RÄKENSKAPER

Koncernens resultaträkning (TSEK)		**Jan-aug 2001**	**Proforma Jan-aug 2000**	**Jan-dec 2000**	**Proforma Jan-dec 2000**
Nettoomsättning	Not 1	370 424	378 718	456 109	645 015
Övriga rörelseintäkter		860	1 510	2 673	2 673
		371 284	**380 228**	**458 782**	**647 688**
Rörelsens kostnader					
Handelsvaror		-203 688	-202 690	-225 613	-325 758
Övriga externa kostnader	Not 4	-91 867	-91 471	-95 471	-138 981
Personalkostnader	Not 3	-94 191	-86 193	-94 476	-136 273
Avskrivningar och nedskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar	Not 6,7,8,9,10	-16 839	-14 990	-16 167	-23 277
Omstruktureringskostnader	Not 24	-9 133	-	-	-
Företagsanknutna SPP-medel		321	3 122	5 259	5 259
Rörelseresultat		**-44 113**	**-11 994**	**32 314**	**28 658**
Resultat från finansiella investeringar					
Ränteintäkter		639	1 670	608	1 075
Räntekostnader		-6 762	-6 441	-6 852	-9 707
Resultat efter finansiella poster		**-50 236**	**-16 765**	**26 070**	**20 026**
Skatt på årets resultat	Not 5	14 267	4 800	1 007	-5 812
Årets resultat		**-35 969**	**-11 965**	**27 077**	**14 214**

Proformaredovisning m.m

Moderbolaget och koncernen har upprättat officiella bokslut per 31 augusti 2001 och 31 december 2000. Härutöver har upprättats proforma-bokslut per 31 augusti 2000 och per 31 december 2000. Häri har nuvarande koncernbildning intagits för hela de aktuella perioderna, trots att den formella koncernbildningen skett under kalenderåret 2000. Härutöver har i denna årsredovisning för moderbolaget intagits redovisning per 31 augusti 2000 för jämförelseändamål - detta utgör inte tidigare fastställda resultat- och balansräkningar m.m.

Koncernens balansräkning (TSEK)		**2001-08-31**	**2000-08-31**	**2000-12-31**
TILLGÅNGAR				
Anläggningstillgångar				
Immateriella anläggningstillgångar				
Varumärken	Not 6	539	2 153	1 615
Hyresrätter	Not 7	28 812	34 237	32 571
Goodwill	Not 8	53 718	56 920	55 854
		83 069	**93 310**	**90 040**
Materiella anlägggningstillgångar				
Byggnader	Not 9	16 077	-	-
Inventarier och butiksinredning	Not 10	36 411	33 247	40 197
		52 488	**33 247**	**40 197**
Finansiella anläggningstillgångar				
Andelar i intresseföretag		-	91	-
Uppskjuten skattefordran	Not 20	39 766	3 658	3 248
Andra långfristiga fordringar	Not 22	2 246	2 521	3 249
		42 012	**6 270**	**6 497**
Summa anläggningstillgångar		**177 569**	**132 827**	**136 734**
Omsättningstillgångar				
Varulager				
Handelsvaror		148 270	114 422	115 733
		148 270	**114 422**	**115 733**
Kortfristiga fordringar				
Kundfordringar		7 779	8 041	8 117
Övriga fordringar		13 049	12 563	12 794
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	Not 12	13 309	13 180	20 782
		34 137	**33 784**	**41 693**
Kassa och bank		**5 032**	**7 694**	**18 094**
Summa omsättningstillgångar		**187 439**	**155 900**	**175 520**
SUMMA TILLGÅNGAR		**365 008**	**288 727**	**312 254**

Koncernens balansräkning (TSEK)		**2001-08-31**	**2000-08-31**	**2000-12-31**
EGET KAPITAL OCH SKULDER				
Eget kapital	Not 13			
Bundet eget kapital				
Aktiekapital		30 018	20 737	20 737
Bundna reserver		141 496	74 973	74 973
		171 514	**95 710**	**95 710**
Ansamlad förlust / fritt eget kapital				
Balanserat resultat		5 922	-13 323	-19 464
Årets resultat		-35 969	-11 965	27 077
		-30 047	**-25 288**	**7 613**
Summa eget kapital		**141 467**	**70 422**	**103 323**
Minoritetsintresse		**-**	**-**	**135**
Avsättningar				
Avsättningar för omstruktureringskostnader		11 457	2 700	1 494
Summa avsättningar		**11 457**	**2 700**	**1 494**
Långfristiga skulder	Not 14			
Skulder till kreditinstitut		20 823	10 618	12 870
Checkräkningskredit	Not 15	71 741	79 176	73 456
Konvertibelt förlagslån	Not 16	22 795	28 078	28 078
Övriga skulder		116	366	42
Summa långfristiga skulder		**115 475**	**118 238**	**114 446**
Kortfristiga skulder				
Skulder till kreditinstitut		3 263	6 599	6 637
Leverantörsskulder		59 785	48 000	31 986
Övriga skulder		8 005	17 669	25 799
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	Not 17	25 556	25 099	28 434
Summa kortfristiga skulder		**96 609**	**97 367**	**92 856**
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		**365 008**	**288 727**	**312 254**
Ställda säkerheter	Not 18	**195 468**	**136 073**	**136 043**
Ansvarsförbindelser	Not 19	**432**	**16 056**	**16 015**

Koncernens kassaflödesanalys (TSEK)	Jan-aug 2001	Proforma Jan-aug 2000	Jan-dec 2000	Proforma Jan-dec 2000
Den löpande verksamheten				
Resultat efter finansiella poster	-50 236	-16 765	26 070	20 026
Justering för poster som ej ingår i kassaflödet	8 007	15 163	15 017	22 127
	-42 229	-1 602	41 087	42 153
Betald skatt	-	-	-4 073	-4 073
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapital	**-42 229**	**-1 602**	**37 014**	**38 080**
Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital				
Varulager	-32 537	-87 657	-84 568	-84 568
Rörelsefordringar	7 556	-11 312	-19 221	-19 221
Rörelseskulder	7 127	48 769	48 001	48 001
Kassaflöde från den löpande verksamheten	**-60 083**	**-51 802**	**-18 774**	**-17 708**
Investeringsverksamheten				
Förvärv av dotterbolag	-6 750	-78 231	-78 231	-72 187
Förvärv av övriga anläggningstillgångar	-27 503	-12 562	-20 177	-27 287
Förändring av långfristiga fordringar	1 003	-	-6 418	-6 418
Försäljning av anläggningstillgångar	351	-	58	58
Kassaflöde från investeringsverksamheten	**-32 899**	**-90 793**	**-104 768**	**-105 834**
Finansieringsverksamheten				
Konvertibelt förlagslån	-5 283	28 078	28 078	28 078
Förändring av långfristiga skulder	12 901	59 449	50 796	50 796
Nyemission	72 302	60 836	60 836	60 836
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	**79 920**	**148 363**	**139 710**	**139 710**
Årets kassaflöde	-13 062	5 768	16 168	16 168
Likvida medel vid årets början	18 094	1 926	1 926	1 926
Likvida medel vid årets slut	**5 032**	**7 694**	**18 094**	**18 094**

Moderbolagets resultaträkning (TSEK)		**Jan-aug 2001**	**Jan-aug 2000**	**Jan-dec 2000**
Nettoomsättning	Not 1,2	110 819	109 097	181 170
Övriga rörelseintäkter		860	1 510	4 045
		111 679	**110 607**	**185 215**
Rörelsens kostnader				
Handelsvaror		-61 845	-55 755	-85 095
Övriga externa kostnader	Not 4	-27 997	-26 989	-43 465
Personalkostnader	Not 3	-37 001	-28 528	-45 937
Avskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar	Not 6,7,9,10	-6 587	-4 757	-7 767
Omstruktureringskostnader		-3 600		
Företagsanknutna SPP-medel		222	3 122	3 193
Rörelseresultat		**-25 129**	**-2 300**	**6 144**
Resultat från finansiella investeringar				
Utdelning från andelar i dotterföretag		20 837	-	-
Ränteintäkter		1 185	42	108
Räntekostnader		-2 945	-2 534	-3 842
Resultat efter finansiella poster		**-6 052**	**-4 792**	**2 410**
Skatt på årets resultat	Not 5	7 371	-	-
Årets resultat		**1 319**	**-4 792**	**2 410**

Moderbolagets balansräkning (TSEK)		**2001-08-31**	**2000-08-31**	**2000-12-31**
TILLGÅNGAR				
Anläggningstillgångar				
Immateriella anläggningstillgångar				
Varumärken	Not 6	539	2 153	1 615
Hyresrätter	Not 7	16 006	18 681	17 692
		16 545	**20 834**	**19 307**
Materiella anläggningstillgångar				
Byggnader	Not 9	16 077	-	-
Inventarier och butiksinredning	Not 10	15 427	6 546	12 658
		31 504	**6 546**	**12 658**
Finansiella anläggningstillgångar				
Andelar i dotterföretag	Not 11	94 547	87 797	87 797
Fordringar hos koncernföretag	Not 23	71 088	-	-
Uppskjuten skattefordran	Not 20	18 575	-	-
Andra långfristiga fordringar	Not 22	1 126	1 956	1 679
		185 336	**89 753**	**89 476**
Summa anläggningstillgångar		**233 385**	**117 133**	**121 441**
Omsättningstillgångar				
Varulager				
Handelsvaror		41 627	17 214	30 278
		41 627	**17 214**	**30 278**
Kortfristiga fordringar				
Kundfordringar		6 278	6 306	4 716
Fordringar hos koncernföretag		18 511	21 851	4 092
Övriga fordringar		4 122	5 930	1 864
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	Not 12	5 735	6 631	5 299
Summa		**34 646**	**40 718**	**15 971**
Kassa och bank		**952**	**289**	**1 608**
Summa omsättningstillgångar		**77 225**	**58 221**	**47 857**
SUMMA TILLGÅNGAR		**310 610**	**175 354**	**169 298**

Moderbolagets balansräkning (TSEK)		**2001-08-31**	**2000-08-31**	**2000-12-31**
EGET KAPITAL OCH SKULDER				
Eget kapital	Not 13			
Bundet eget kapital				
Aktiekapital		30 018	20 737	20 737
Överkursfond		141 474	74 973	74 973
		171 492	**95 710**	**95 710**
Ansamlad förlust				
Balanserat resultat		-8 456	-19 515	-18 589
Årets resultat		1 319	-4 792	2 410
		-7 137	**-24 307**	**-16 179**
Summa eget kapital		**164 355**	**71 403**	**79 531**
Avsättningar				
Avsättningar för omstruktureringskostnader		3 600	-	-
Summa avsättningar		**3 600**	**-**	**-**
Långfristiga skulder	Not 14			
Skulder till kreditinstitut		13 227	1 804	5 299
Checkräkningskredit	Not 15	58 465	32 824	29 905
Konvertibelt förlagslån	Not 16	22 795	27 869	27 869
Summa långfristiga skulder		**94 487**	**62 497**	**63 073**
Kortfristiga skulder				
Skulder till kreditinstitut		2 445	2 281	1 445
Leverantörsskulder		21 935	8 086	11 800
Skulder till koncernföretag		10 793	12 972	362
Övriga skulder		2 582	10 982	4 047
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	Not 17	10 413	7 133	9 040
Summa kortfristiga skulder		**48 168**	**41 454**	**26 694**
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		**310 610**	**175 354**	**169 298**
Ställda säkerheter	Not 18	**144 356**	**121 856**	**121 856**
Ansvarsförbindelser	Not 19	**-**	**14 000**	**14 000**

Moderbolagets kassaflödesanalys (TSEK)	**Jan-aug 2001**	**Jan-aug 2000**	**Jan-dec 2000**
Den löpande verksamheten			
Resultat efter finansiella poster	-6 052	-4 792	2 410
Justering för poster som ej ingår i kassaflödet	6 922	4 937	7 894
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapital	**870**	**145**	**10 304**
Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital			
Varulager	-11 349	5 390	-8 144
Rörelsefordringar	-18 675	-22 008	2 853
Rörelseskulder	20 474	4 351	-9 573
Kassaflöde från den löpande verksamheten	**-8 680**	**-12 122**	**-4 560**
Investeringsverksamheten			
Förvärv av dotterbolag	-6 750	-73 706	-73 706
Förvärv av övriga anläggningstillgångar	-23 107	-887	-8 726
Förändring av långfristiga fordringar	-70 535	-1 877	-1 600
Försäljning av anläggningstillgångar	100	-	654
Kassaflöde från investeringsverksamheten	**-100 292**	**-76 470**	**-83 378**
Finansieringsverksamheten			
Erhållet koncernbidrag	-	-	925
Konvertibelt förlagslån	-5 074	27 268	27 869
Förändring av långfristiga skulder	41 088	-708	-1 569
Nyemission	72 302	60 836	60 836
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	**108 316**	**87 396**	**88 061**
Årets kassaflöde	-656	-1 196	123
Likvida medel vid årets början	1 608	1 485	1 485
Likvida medel vid årets slut	**952**	**289**	**1 608**

Redovisningsprinciper

Redovisnings- och värderingsprinciper överensstämmer med Årsredovisningslagen samt Redovisningsrådets rekommendationer och uttalanden. Redovisningsprinciperna är oförändrade jämfört med föregående år för koncernen. För moderbolaget har anpassning skett till Redovisningsrådets rekommendation RR 9 angående redovisning av uppskjuten skatt på sätt som framgår av not 13. Någon omräkning av fastställda resultat- och balansräkningar för moderbolaget har dock ej skett.

Koncernredovisning

I koncernredovisningen ingår dotterföretag där moderbolaget direkt eller indirekt innehar mer än 50% av rösterna.

Koncernens bokslut är upprättat enligt Redovisningsrådets rekommendation om koncernredovisning, med tillämpning av förvärvsmetoden. Detta innebär att dotterbolagens egna kapital vid förvärvet, fastställt som skillnaden mellan tillgångarnas och skuldernas verkliga värden, elimineras i sin helhet. I koncernens egna kapital ingår härigenom endast den del av dotterbolagens egna kapital som tillkommit efter förvärvet.

Om anskaffningsvärdet för aktierna överstiger det i förvärvsanalysen upptagna värdet av bolagets nettotillgångar, redovisas skillnaden som koncernmässig goodwill. Under året förvärvade bolag inkluderas i koncernredovisningen med belopp avseende tiden efter förvärvet.

För samtliga utländska dotterbolag tillämpas dagskursmetoden för omräkning av dotterbolagens balans- och resultaträkningar. Omräkningsdifferenser förs direkt mot koncernens egna kapital.

Vid olika värdering av tillgångar och skulder på koncern- respektive bolagsnivå beaktas skatteeffekten, vilken redovisas som uppskjuten skattefordran respektive uppskjuten skatteskuld.

Fordringar och skulder i utländsk valuta

Fordringar och skulder i utländsk valuta värderas till balansdagens kurs. I de fall valutasäkringsåtgärd genomförts, t.ex. terminssäkring, används terminskursen.

Varulager

Varulagret värderas, med tillämpning av först-in först-ut principen, till det lägsta av anskaffningsvärdet och det verkliga värdet på balansdagen.

Anläggningstillgångar

Materiella och immateriella anläggningstillgångar skrivs av över den bedömda ekonomiska livslängden. Avskrivningar sker enligt följande procentsatser:

Varumärken	20%
Hyresrätter	10%
Datorer	20%
Inventarier	20%
Goodwill	5%

I samband med genomgång av värdet på goodwill, har koncernens fem kärnkoncept identifierats och den bedömda ekonomiska livslängden uppskattats till 20 år.

Leasingavtal

Koncernen har ett fåtal leasingavtal som kan klassificeras som finansiella leasingavtal. Dessa har på grund av sin ringa storlek hanterats som operationella leasingavtal.

Noter till resultat- och balansräkning

Belopp i TSEK där ej annat anges.

Not 1 Nettoomsättningens fördelning på geografiska marknader

Koncernen		Proforma		Proforma
Omsättning på	Jan-aug	Jan-aug	Jan-dec	Jan-dec
respektive marknad	2001	2000	2000	2000
Sverige	363 528	372 926	448 926	634 907
Norden exkl. Sverige	2 557	1 601	3 654	3 654
Central- och Östeuropa	4 339	4 191	3 529	6 454
	370 424	**378 718**	**456 109**	**645 015**

Moderbolaget			
	Jan-aug	Jan-aug	Jan-dec
Omsättning på respektive marknad	2001	2000	2000
Sverige	108 262	107 496	177 516
Norden exkl. Sverige	2 557	1 601	3 654
	110 819	**109 097**	**181 170**

Not 2 Nettoomsättningens fördelning på franchisebutiker och egna butiker

Moderbolaget			
	Jan-aug	Jan-aug	Jan-dec
Omsättning	2001	2000	2000
I egna butiker	92 432	91 853	151 573
Till franchisebutiker	18 387	17 244	29 597
	110 819	**109 097**	**181 170**

Not 3 Medelantalet anställda samt utbetalda löner och ersättningar
Medelantalet anställda fördelade på kvinnor och män

Koncernen

	Jan-aug 2001		Proforma Jan-aug 2000		Jan-dec 2000		Proforma Jan-dec 2000	
	Totalt	Varav män	Totalt	Varav män	Totalt	Varav män	Totalt	Varav män
Sverige	339	115	346	111	246	59	355	114
Lettland	9	1	11	3	5	2	11	3
Estland	5	1	5	1	2	1	5	1
	353	**117**	**362**	**115**	**253**	**62**	**371**	**118**

Moderbolaget

	Jan-aug 2001		Jan-aug 2000		Jan-dec 2000	
	Totalt	Varav män	Totalt	Varav män	Totalt	Varav män
Sverige	132	15	119	7	123	7
	132	**15**	**119**	**7**	**123**	**7**

Löner, andra ersättningar och sociala kostnader

Koncernen

	Jan-aug 2001			Proforma Jan-aug 2000			Jan-dec 2000			Proforma Jan-dec 2000		
Löner, andra ersättningar och sociala kostnader	Styrelse och VD	Övriga anställda	Totalt	Styrelse och VD	Övriga anställda	Totalt	Styrelse och VD	Övriga anställda	Totalt	Styrelse och VD	Övriga anställda	Totalt
Löner och andra ersättningar	4 302	60 969	65 271	1 492	58 596	60 088	1 664	63 513	65 177	2 556	91 622	94 178
Sociala kostnader	1 539	21 495	23 034	458	20 142	20 600	560	22 295	22 855	843	32 032	32 875
Pensionskostnader	137	3 327	3 464	139	2 415	2 554	230	2 501	2 731	446	3 686	4 132
	5 978	85 791	91 769	2 089	81 153	83 242	2 454	88 309	90 763	3 845	127 340	131 185

Moderbolaget

	Jan-aug 2001			Jan-aug 2000			Jan-dec 2000		
Löner, andra ersättningar och sociala kostnader	Styrelse och VD	Övriga anställda	Totalt	Styrelse och VD	Övriga anställda	Totalt	Styrelse och VD	Övriga anställda	Totalt
Löner och andra ersättningar	3 580	24 612	28 192	407	19 295	19 702	722	30 939	31 661
Sociala kostnader	1 322	8 845	10 167	145	7 109	7 254	276	11 431	11 707
Pensionskostnader	90	1 021	1 111	45	455	500	77	969	1 046
	4 992	34 478	39 470	597	26 859	27 456	1 075	43 339	44 414

Verkställande direktör

I posten för styrelse och VD ingår för moderbolaget och koncernen januari - augusti 2001 ett belopp om 3.600 TSEK inklusive sociala avgifter avseende två års avgångsvederlag för avgående VD Lars-Åke Tollemark. Posten har redovisats bland omstruktureringskostnader i resultaträkningen. Förutom förlängd uppsägningstid, som uppgår till 12 månader, föreligger inga andra uppgörelser om avgångsvederlag, gentemot ny VD.

Not 4 Ersättning till revisorer

Koncernen		Proforma		Proforma
	Jan-aug	Jan-aug	Jan-dec	Jan-dec
Revisionsuppdrag	2001	2000	2000	2000
Ernst & Young AB	930	1 005	807	1 072
Ernst & Young AB, prospektgranskning	362	-	-	-
Övriga	-	40	40	40
	1 292	**1 045**	**847**	**1 112**

		Proforma		Proforma
	Jan-aug	Jan-aug	Jan-dec	Jan-dec
Andra uppdrag	2001	2000	2000	2000
Ernst & Young AB	606	252	359	378
Övriga	-	6	33	33
	606	**258**	**392**	**411**

Moderbolaget

	Jan-aug	Jan-aug	Jan-dec
Revisionsuppdrag	2001	2000	2000
Ernst & Young AB	520	159	234
Ernst & Young AB, prospektgranskning	362	-	-
	882	**159**	**234**

	Jan-aug	Jan-aug	Jan-dec
Andra uppdrag	2001	2000	2000
Ernst & Young AB	606	252	378
	606	**252**	**378**

Med revisionsuppdrag avses granskning av årsredovisningen och bokföringen samt styrelsens och verkställande direktörens förvaltning, övriga arbetsuppgifter som det ankommer på bolagets revisor att utföra samt rådgivning eller annat biträde som föranleds av iakttagelser vid sådan granskning eller genomförandet av sådana övriga arbetsuppgifter. Detta innebär att i årets revisionsuppdrag, ingår kostnader för prospektgranskning i samband med notering på Stockholmbörsens O-lista. Allt annat är andra uppdrag.

Not 5 Skatt på årets resultat

		Proforma		Proforma
	Jan-aug	Jan-aug	Jan-dec	Jan-dec
Koncernen	2001	2000	2000	2000
Aktuell skatt	-	-	-4 073	-4 073
Uppskjuten skatt	14 267	4 800	5 080	-1 739
	14 267	**4 800**	**1 007**	**-5 812**

	Jan-aug	Jan-aug	Jan-dec
Moderbolaget	2001	2000	2000
Aktuell skatt	-	-	-
Uppskjuten skatt	7 371	-	-
	7 371	**-**	**-**

Not 6 Varumärken

Koncernen och moderbolaget	01-08-31	00-08-31	00-12-31
Ingående anskaffningsvärde	8 075	8 075	8 075
Utgående ackumulerat anskaffningsvärde	**8 075**	**8 075**	**8 075**
Ingående avskrivningar	-6460	-4 845	-4 845
Årets avskrivningar	-1076	-1 077	-1 615
Utgående ackumulerade avskrivningar	**-7 536**	**-5 922**	**-6 460**
Utgående planenligt restvärde	**539**	**2 153**	**1 615**

Not 7 Hyresrätter

Koncernen	01-08-31	00-08-31	00-12-31
Ingående anskaffningsvärde	48 164	25 645	25 645
Årets anskaffningar	230	22 889	22 889
Årets försäljningar	-1 200	-200	-370
Utgående ackumulerat anskaffningsvärde	**47 194**	**48 334**	**48 164**
Ingående avskrivningar	-15 593	-5 093	-5 093
Övertagna avskrivningar förvärvade bolag	-	-7 068	-7 068
Årets försäljningar	180	119	37
Årets avskrivningar	-2 969	-2 055	-3 469
Utgående ackumulerade avskrivningar	**-18 382**	**-14 097**	**-15 593**
Utgående planenligt restvärde	**28 812**	**34 237**	**32 571**

Moderbolaget	01-08-31	00-08-31	00-12-31
Ingående anskaffningsvärde	25 275	25 645	25 645
Årets försäljningar	-	-200	-370
Utgående ackumulerat anskaffningsvärde	**25 275**	**25 445**	**25 275**
Ingående avskrivningar	-7 583	-5 093	-5 093
Årets försäljningar	-	20	37
Årets avskrivningar	-1 686	-1 691	-2 527
Utgående ackumulerade avskrivningar	**-9 269**	**-6 764**	**-7 583**
Utgående planenligt restvärde	**16 006**	**18 681**	**17 692**

Not 8 Goodwill

Koncernen	01-08-31	00-08-31	00-12-31
Ingående anskaffningsvärde	65 919	9 020	9 020
Årets anskaffningar	-	56 899	56 899
Utgående ackumulerat anskaffningsvärde	**65 919**	**65 919**	**65 919**
Ingående avskrivningar	-10 065	-	-
Övertagna avskrivningar förvärvade bolag	-	-8 270	-8 270
Årets avskrivningar	-2 136	-729	-1 795
Utgående ackumulerade avskrivningar	**-12 201**	**-8 999**	**-10 065**
Utgående planenligt restvärde	**53 718**	**56 920**	**55 854**

Not 9 Byggnader och mark

Koncernen och moderbolaget	01-08-31	00-08-31	00-12-31
Ingående anskaffningsvärde	-	-	-
Årets inköp	16 429	-	-
Utgående ackumulerade anskaffningsvärde	16 429	-	-
Ingående avskrivningar	-	-	-
Årets avskrivningar	-352	-	-
Utgående ackumulerade avskrivningar	-352	-	-
Utgående planenligt restvärde	**16 077**	**-**	**-**
Taxeringsvärde fastighet	15 619	-	-

Not 10 Inventarier och butiksinredning

Koncernen	01-08-31	00-08-31	00-12-31
Ingående anskaffningsvärde	106 345	26 166	26 166
Årets anskaffningar	10 884	68 699	81 387
Årets försäljningar	-10 392	-	-1 208
Utgående ackumulerat anskaffningsvärde	**106 837**	**94 865**	**106 345**
Ingående avskrivningar	-66 148	-17 287	-17 287
Övertagna avskrivningar	-	-40 626	-40 626
Årets försäljningar	5 297	-	1 053
Årets avskrivningar	-9 575	-3 705	-9 288
Utgående ackumulerade avskrivningar	**-70 426**	**-61 618**	**-66 148**
Utgående planenligt restvärde	**36 411**	**33 247**	**40 197**

Moderbolaget	01-08-31	00-08-31	00-12-31
Ingående anskaffningsvärde	29 992	22 385	22 385
Årets inköp	6 678	888	8 758
Årets försäljningar	-5 040	-	-1 151
Utgående ackumulerat anskaffningsvärde	**31 630**	**23 273**	**29 992**
Ingående avskrivningar	-17 334	-14 738	-14 738
Årets försäljningar	4 603	-	1 028
Årets avskrivningar	-3 472	-1 989	-3 624
Utgående ackumulerade avskrivningar	**-16 203**	**-16 727**	**-17 334**
Utgående planenligt restvärde	**15 427**	**6 546**	**12 658**

Not 11 Andelar i dotterföretag

Moderbolaget	01-08-31	00-08-31	00-12-31
Ingående bokfört värde	87 797	14 092	14 092
Årets anskaffningar	6 750	73 706	73 706
Årets försäljning	-	-1	-1
Utgående bokfört värde	**94 547**	**87 797**	**87 797**

Bolag	Antal	Kapital andel	Bokfört värde
Teryp Trading AB	7 500	100%	14 000
Kimoda AB	2 080 000	100%	6 841
Portwear AB	1 911 680	100%	73 706
Portwear Retail AB	810 000	100%	-
Saks Retail AB	3 000	100%	-
Björk Skogh AB	1 000	100%	-
Blombergs Mode AB	100 000	100%	-
Blombergs Herrmodebutiker AB	2 000	100%	-
Blombergs Pilotbutiker AB	1 000	100%	-
Solo Kläder Co AB	1 020	100%	-
Blue & Basic AB	1 000	100%	-
Marks Menswear SIA	-	100%	-
Tiger Copenhagen APS	-	100%	-
SIRTIGER OU	-	100%	-
Bokfört värde			**94 547**

Kapitalandel och rösträttsandel överensstämmer i samtliga bolag.

Uppgifter om dotterföretagens och dotterdotterföretags organisationsnummer och säte

Bolag	Org nr	Säte
Teryp Trading AB	556431-9621	Stockholm
Kimoda AB	556575-8926	Stockholm
Portwear AB	556188-7513	Stockholm
Portwear Retail AB	556541-8778	Stockholm
Saks Retail AB	556477-8263	Stockholm
Björk Skogh AB	556428-7331	Stockholm
Blombergs Mode AB	556313-2033	Stockholm
Blombergs Herrmodebutiker AB	556062-5922	Stockholm
Blombergs Pilotbutiker AB	556012-2342	Stockholm
Solo Kläder Co AB	556489-3591	Stockholm
Blue & Basic AB	556477-1235	Stockholm
Marks Menswear SIA	40003279602	Riga, Lettland
Tiger Copenhagen APS	233-959	Aalborg, Danmark
SIRTIGER OU	10466573	Tallin, Estland

Not 12 Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter

Koncernen	01-08-31	00-08-31	00-12-31
Förutbetalda hyror	5 393	4 850	13 606
Förutbetalda övriga kostnader	6 314	7 987	6 113
Upplupna intäkter	1 602	343	1 063
	13 309	**13 180**	**20 782**

Moderbolaget	01-08-31	00-08-31	00-12-31
Förutbetalda hyror	1 819	1 408	3 604
Förutbetalda övriga kostnader	3 307	5 223	-
Upplupna intäkter	609	-	1 695
	5 735	**6 631**	**5 299**

Not 13 Förändring av eget kapital

Koncernen	Aktie-kapital	Bundna reserver	Fria reserver	Totalt
Belopp vid årets ingång	20 737	74 973	7 613	**103 323**
Nyemission efter avdrag för emissionskostnader	8 266	58 961		**67 227**
Konvertering av skuldebrev	1 015	4 060		**5 075**
Uppskjuten skatt		3 480		**3 480**
Omräkningsdifferens			-42	**-42**
Justering hänförlig till föregående år			-1 493	**-1 493**
Förändring i koncernens sammansättning			-134	**-134**
Förskjutning mellan bundna och fria reserver		22	-22	**0**
Årets resultat			-35 969	**-35 969**
Belopp vid årets utgång	**30 018**	**141 496**	**-30 047**	**141 467**

Moderbolaget	Aktie-kapital	Överkurs-fond	Fritt eget kapital	Totalt
Belopp vid årets ingång enligt fastställd balansräkning	20 737	74 973	-16 179	**79 531**
Ändrad redovisningsprincip uppskjuten skatt			7 723	**7 723**
Ingående eget kapital justerat i enlighet med ny redovisningsprincip	**20 737**	**74 973**	**-8 456**	**87 254**
Nyemission efter avdrag för emissionskostnader	8 266	58 961		**67 227**
Konvertering av skuldebrev	1 015	4 060		**5 075**
Uppskjuten skatt		3 480		**3 480**
Årets resultat			1 319	**1 319**
Belopp vid årets utgång	**30 018**	**141 474**	**-7 137**	**164 355**

I årets bokslut har en uppskjuten skattefordran om 3.480 TSEK hänförlig till avdragsgilla emissionskostnader, bokförts direkt mot eget kapital.

Aktiekapitalet består 2001-08-31 av 7.504.437 aktier á nominellt 4 kronor efter nyemissioner och split.

Samtliga aktier är stamaktier med undantag för två preferensakteier utgivna med särskilda villkor - se not 19.

Not 14 Långfristiga skulder

Samtliga skulder förfaller inom 5 år efter balansdagen.

Not 15 Checkräkningskredit

Koncernen
Beviljade checkräkningskrediter uppgår per 2001-08-31 till 143,5 Mkr. (2000-12-31 beviljat 123,5 Mkr.)

Moderbolaget
Beviljad checkräkningskredit uppgår per 2001-08-31till 38,0 Mkr. (2000-12-31 beviljat 38,0 Mkr.)

Not 16 Konvertibelt förlagslån

Koncernen och moderbolaget

20 juli 2000 registrerade PRV ett konvertibelt förlagslån 2000/2002 om 14.000 TSEK med löptid 8 januari 2000 till 31 december 2002, vilket beslutades av extra bolagsstämma den 10 december 1999. Anmälan om konvertering till nya aktier i bolaget om nominellt 4 kronor kan ske i december månad 2000, 2001 och 2002 till en konverteringskurs om 20 kronor per aktie. Under räkenskapsåret har 5.075 TSEK av förlagslånet konverterats. Efter full konvertering av ute-stående konvertibler kan antalet aktier öka med 446.260 och aktie-kapitalet med 1.785.040 kronor. Lånet löper med en ränta om 5%.
27 november 2000 registrerade PRV ett konvertibelt förlagslån 2000/2001 om 13.869 TSEK med löptid 1 juli 2000 till 30 september 2001, vilket beslutades vid ordinarie bolagsstämma den 24 maj 2000. Anmälan om konvertering till nya aktier i bolaget om nominellt 4 kronor kunde ske under perioden 24 maj 2000 till 31 juli 2001 till en konverteringskurs om 51,67 kronor per aktie. Om full konvertering skett kunde antalet aktier ha ökat med 268.450 och aktiekapitalet med 1.073.800 kronor. Lånet har löpt med en ränta om 4,5% och har återbetalats i sin helhet per 2001-09-30.

Not 17 Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter

Koncernen	01-08-31	00-08-31	00-12-31
Upplupna semester- och löneskulder	13 051	12 464	16 369
Upplupna sociala avgifter	7 940	7 942	7 986
Övriga upplupna kostnader	4 565	4 693	4 079
	25 556	**25 099**	**28 434**

Moderbolaget	01-08-31	00-08-31	00-12-31
Upplupna semester- och löneskulder	5 362	4 291	5 387
Upplupna sociala avgifter	3 195	2 470	2 838
Övriga upplupna kostnader	1 856	372	815
	10 413	**7 133**	**9 040**

Not 18 Ställda säkerheter

Koncernen

För skulder till kreditinstitut och checkräkningskrediter	01-08-31	00-08-31	00-12-31
Företagsinteckningar	118 170	118 200	118 170
Fastighetsinteckningar	22 500	-	-
Aktier i dotterbolag	54 798	17 873	17 873
	195 468	**136 073**	**136 043**

Moderbolaget

För skulder till kreditinstitut och checkräkningskrediter	01-08-31	00-08-31	00-12-31
Företagsinteckningar	48 150	48 150	48 150
Fastighetsinteckningar	22 500	-	-
Aktier i dotterbolag	73 706	73 706	73 706
	144 356	**121 856**	**121 856**

Not 19 Ansvarsförbindelser

Koncernen

	01-08-31	00-08-31	00-12-31
Villkorade aktieägartillskott	-	14 000	14 000
Övriga ansvarsförbindelser	432	2 056	2 015
	432	**16 056**	**16 015**

Moderbolaget

	01-08-31	00-08-31	00-12-31
Villkorade aktieägartillskott	-	14 000	14 000
Summa ansvarsförbindelser	-	14 000	14 000

I februari 1998 lämnade Karl Stockman AB och Paul Lederhausen villkorade aktieägartillskott om vardera 7 Mkr till rnb retail and brands ab i syfte att finansiera POPs omprofilering. De villkorade aktieägartillskotten har inte kunnat reglerats på grund av bristen på fritt eget kapital. Vid en extra bolagsstämma den 12 mars 2001 beslutades att nyemittera två preferensaktier. Dessa erbjöds Karl Stockman AB och Paul Lederhausen till teckning, i utbyte mot att Karl Stockman AB och Paul Lederhausen eftergav all rätt till återbetalning av de villkorade aktieägartillskotten om sammanlagt 14 Mkr som lämnats till rnb retail and brands ab.

Not 20 Uppskjuten skattefordran

Koncernen

Uppskjuten skattefordran i koncernbalansräkningen uppgår till 39.766 TSEK och består av följande poster:

Uppskjuten skatt på obeskattade reserver	-3 906
Uppskjuten skatt på koncernmässiga justeringar	1 562
Uppskjuten skatt på framtida underskottsavdrag	42 110
	39 766

Moderbolaget

Uppskjuten skattefordran i moderbolagets balansräkning uppgår till 18.575 TSEK och avser uppskjuten skatt på framtida underskottsavdrag.

Not 21 Hyresavtal och leasingavtal

Koncernen och moderbolaget

Koncernen och moderbolaget har ingått hyresavtal avseende butiker och kontor med följande hyresåtaganden. För de avtal, som är omsättningsbaserade, anges för framtida åtaganden endast bashyra.

Räkenskapsårets avgifter	Koncernen	Moderbolaget
Jan-aug 2001	39 934	13 776

Koncernens framtida åtaganden för leasing och hyresavtal uppgår till följande belopp:

Avgifter som förfaller	Koncernen	Moderbolaget
September 2001 - augusti 2002	58 131	21 311
September 2002 - augusti 2003	39 612	16 231
September 2003 - augusti 2004	20 056	9 014
Efter augusti 2004	9 556	7 058

Not 22 Andra långfristiga fordringar

Koncernen och moderbolaget

Återbetalning av SPPs överskottsmedel

Koncernen erhöll återbäring av SPPs överskottsmedel under räkenskapsåret 2000. Nominellt uppgår kvarstående fordran till 2.949 TSEK för koncernen (2.077 TSEK för moderbolaget). Då återbäringen kan komma att utnyttjas framåt i tiden, har en diskontering skett. Vid denna diskontering har en ränta om 6% använts. Det diskonterade beloppet, 2.828 TSEK för koncernen (2.001 TSEK för moderbolaget), redovisas som tillgång i balansräkningen fördelat på kort- och långfristig fordran.

Not 23 Fordringar hos koncernföretag

Moderbolaget

Långfristiga fordringar hos koncernföretag avser dotterföretagens andel av skuld i koncernens centralkontosystem hos bank.

Not 24 Omstruktureringskostnader

I posten ingår personalreduceeringar om 4.700 TSEK samt omdisponering av lokaler om 4.433 TSEK.

REVISIONSBERÄTTELSE

Till bolagsstämman i rnb retail and brands ab (publ)
Org.nr 556495-4682

Vi har granskat årsredovisningen, koncernredovisningen och bokföringen samt styrelsens och verkställande direktörens förvaltning i rnb retail and brands ab för räkenskapsåret 1 januari – 31 augusti 2001. Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för räkenskapshandlingarna och förvaltningen. Vårt ansvar är att uttala oss om årsredovisningen, koncernredovisningen och förvaltningen på grundval av vår revision.

Revisionen har utförts i enlighet med god revisionssed i Sverige. Det innebär att vi planerat och genomfört revisionen för att i rimlig grad försäkra oss 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 vårt uttalande om ansvarsfrihet har vi granskat väsentliga beslut, åtgärder och förhållanden i bolaget för att kunna bedöma om någon styrelseledamot eller verkställande direktören är ersättningsskyldig mot bolaget. Vi har även granskat om någon styrelseledamot eller verkställande direktören på annat sätt har handlat i strid med aktiebolagslagen, årsredovisningslagen eller bolagsordningen. Vi anser att vår revision ger oss rimlig grund för våra 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.

Vi 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 den 11 december 2001

Olle Andersson
Auktoriserad revisor

Lars Jernberg
Auktoriserad revisor

STYRELSE, LEDANDE BEFATTNINGSHAVARE OCH REVISORER

STYRELSEN

Mikael Solberg, f 1962
Styrelseordförande
Partner i Ledstiernan sedan 1996.
Ledamot i rnbs styrelse sedan 1996.
Styrelseledamot i Portwear 1996-2000.
Andra styrelseuppdrag: Styrelseledamot i bl.a. Nordic Circle AB, Pronyx AB, Incomit AB, IP Unplugged AB, Stiftelsen Compare.
Aktieinnehav i **rnb: 768 379** aktier via bolag.

Patrik Bångerius, f 1964
Partner, AvonTen Diligence.
Styrelseledamot i **rnb** sedan 2000.
Aktieinnehav i **rnb:** 0 aktier.

Andreas Falkenmark, f 1955
vVD KF Svenska Detaljhandel AB och affärsområdeschef COOP FORUM.
Ledamot i rnbs styrelse sedan 2000.
Styrelseledamot i Portwear 1998-2000.
Andra styrelseuppdrag: Styrelseledamot i Parkaden AB.
Aktieinnehav i **rnb:** 0 aktier.

Claes Hansson, f 1957
Ekonomidirektör i AB Westergyllen.
Ledamot i rnbs styrelse sedan 2000.
Styrelseledamot i Portwear AB 1995-2000.
Andra styrelseuppdrag: Styrelseledamot i ett flertal av Westergyllens dotterbolag.
Aktieinnehav i **rnb:** 200 aktier.

Jan Nord, f 1955
Partner I Brand Management AB
Ledamot i rnbs styrelse sedan 2000.
Styrelseledamot i Polarn O. Pyret AB 1999-2000.
Andra styrelseuppdrag: Styrelseordförande i Logical Hospitality Systems AB.
Aktieinnehav i **rnb:** 62.500 aktier.

Hans Risberg, f 1948
Partner i Ledstiernan sedan 1995.
Ledamot i rnbs styrelse sedan 2000.
Styrelseordförande i Portwear AB 1996-2000.
Andra styrelseuppdrag: Styrelseordförande i Euroflorist AB, Styrelseledamot i Infomakers AB, Euroflower.net AB, The Phone Pages of Sweden AB, Mint AB, Frantextil AB, Gruppo Rodanla Madrid.
Aktieinnehav i **rnb:** 0 aktier.

Eva Eriksson, f 1957
Arbetstagarrepresentant
Handelstjänstemannaförbundet.
Aktieinnehav i **rnb:** 0 aktier.

Lena Brandell, f 1944
Suppleant
Arbetstagarrepresentant.
Handelstjänstemannaförbundet.
Aktieinnehav i **rnb:** 0 aktier.



Stående från vänster: Patrik Bångerius, Andreas Falkenmark, Mikael Solberg, Hans Risberg, Lena Brandell, Eva Eriksson, Claes Hansson, Jan Nord.

LEDANDE BEFATTNINGSHAVARE

NAMN	FÖDD	BEFATTNING	ANSTÄLLD	AKTIEINNEHAV PER 2001-11-16
Christel Kinning	1962	VD	1996	124 439
Göran Blomberg	1962	Ekonomi- och Finanschef	1998	104 850 [1]
Ethna Yourell Högberg	1959	Konceptansvarig	1999	12 500
Jan Eriksson	1962	Konceptansvarig	1990	1 200
Roger Kylberg	1968	Konceptansvarig	1997	0
Henry Metzger	1953	Etableringsansvarig	2000	100 439
Magnus Jirlow	1962	Marknadsansvarig	1990	0
Rickard Josephson	1957	Ansvarig private brands	2000	14 225 [2]

1) Eget innehav samt innehav via bolag

2) Inklusive familj

UPPSÄGNINGSTIDER, AVGÅNGSVEDERLAG OCH PENSIONER

Verkställande direktören har en uppsägningstid från bolagets sida om 12 månader.
För övriga ledande befattningshavare gäller uppsägningstider om 3-12 månader vid uppsägning från bolagets sida.

Verkställande direktören och övriga ledande befattningshavare har rätt till tjänstepension motsvarande ITP-planen och med en pensionsålder om 65 år.

REVISORER

Olle Andersson, f 1943

Auktoriserad revisor Ernst & Young

Revisor i **rnb** sedan 1996.

Lars Jernberg, f 1949

Auktoriserad revisor Ernst & Young

Revisor i **rnb** sedan 2000.

DEFINITIONER OCH ORDLISTA

Blombergs	Butikskonceptet Blombergs
CRM	Customer Relationship Management är en strategi för kundrelationer
Franchise	Utlicensiering av ett verksamhetskoncept, inklusive varumärke, mot ersättning, ofta i procent av franchisebutikens omsättning
HUI	Handelns Utredningsinstitut
Kimoda	Kimoda AB
Leisurewear	Fritidskläder
NK/Vmb	Butikskonceptet NK/Varumärkesbutiker
POP	Butikskonceptet Polarn O. Pyret
Portwear	Portwear AB
Private brands	Produkter som saluförs under rnbs egna varumärken
PRV	Patent- och Registreringsverket
rnb	rnb retail and brands ab
Saks	Butikskonceptet Saks
Solo	Butikskonceptet Solo

BOLAGSSTÄMMA

Ordinarie bolagsstämma hålls torsdagen den 24 januari 2002 kl. 17.00 i bolagets lokaler på Sandhamnsgatan 81, Stockholm.

Deltagande

Rätt att deltaga i bolagsstämman har aktieägare som är införd i den av Värdepapperscentralen VPC AB förda aktieboken senast måndagen den 14 januari 2002. Dessutom skall anmälan göras till bolaget senast måndagen den 21 januari 2002 under adressen rnb retail and brands ab, Box 27836, 115 93 Stockholm.

Förvaltarregistrerade aktier

För rätt att deltaga i bolagsstämman måste aktieägare, som låtit förvaltarregistrera sina aktier, tillfälligt inregistrera sina aktier i eget namn hos VPC AB. Aktieägare som önskar sådan omregistrering, måste underrätta förvaltare om detta före den 14 januari 2002.

Utdelning

Styrelsen föreslår att ingen utdelning skall lämnas för verksamhetsåret januari – augusti 2001.

KOMMANDE INFORMATIONSTILLFÄLLEN

Delårsrapport för 1 september 2001–30 november 2001
24 januari 2002

Delårsrapport för 1 september 2001–28 februari 2002
11 april 2002

Delårsrapport för 1 september 2001–31 maj 2002
27 juni 2002

Bokslutskommuniké för 1 september 2001–31 augusti 2002
Oktober 2002

Årsredovisning för 1 september 2001–31 augusti 2002
December 2002

One size does not fit all. Vi tror att mode har olika innebörd för olika människor. Vi tror på att erbjuda tydliga koncept till tydliga kundgrupper. Vi tror på samordning, inte likriktning. Vi tror på starka varumärken och vi tror att kvalitet lönar sig för alla. Vi äger, driver och utvecklar butikskoncept som skall ge shoppingupplevelser utöver det vanliga. Vi är ett modeföretag som utnyttjar samordningsvinster men bygger olika koncept utifrån olika kunders drömmar och önskemål. Vi är rnb retail and brands.

rnb retail and brands ab, Box 27836, 115 93 Stockholm
Besöksadress: Sandhamnsgatan 81
Telefon: +46 8 670 95 00, Fax +46 8 670 95 01
www.rnb.se
info@rnb.se

Tryckeri AB Knappen