



Stockholm 30 oktober, 2002

Bäste aktieägare,

Tredje kvartalet kännetecknades av fortsatt låga försäljningsvolymmer. Under perioden har kostnadsreduceringar genomförts som kommer att ge effekt först under kvartal fyra. Orderingången för kvartal fyra indikerar ökade försäljningsvolymmer på några viktiga marknader.

Ekonomisk information

I bifogad resultat- och balansräkning beskrivs det ekonomiska utfallet för årets första nio månader. Resultatet för de första sex månaderna var -2,5 Mkr och omsättningen uppgick till 7,8 Mkr. Nedan en kort sammanställning över nyckeltalen för det första nio månaderna, 2002.

- Intäkter för perioden (jan – sep) uppgick till 11,4 Mkr (42,6)
- Resultatet för perioden (jan – sep) uppgick till -3,0 Mkr (3,8)
- Netto resultat per aktie (jan – sep) uppgick till -0,30 kr

Aktiviteter under tredje kvartalet

Under perioden har fokus framför allt lagts på Nexcite och Magic i USA, kapitalanskaffning samt bolagisering av Nexcite.

Nexcite i USA

Vid slutet av perioden beslutade vi att inte längre fortsätta samarbetet med vår tidigare distributör.

Vi har haft ett stort antal förfrågningar från andra distributörer som har utvärderats och vi är nu beredda att gå vidare med en av dem. Under 2003 kommer omfattande marknadsföring att genomföras och vi hoppas att detta, tillsammans med det intresse som fortfarande finns kring produkten, ska skapa försäljningsvolymmer.

Magic i USA

Vår amerikanska partner för Magic har under perioden adderat ytterligare distributörer och den geografiska täckningen förbättras kontinuerligt. Då sk listning av produkter sker hos de stora handelsblocken årsvis räknar vi med förbättrade försäljningsvolymmer under kvartal ett, 2003.

En viktig del i Magic:s möjlighet att lyckas på den amerikanska marknaden är att vår partner genomför den påbörjade kapitalanskaffningen och därmed kan fortsätta den tidigare beskrivna och planerade marknadsföringen av Magic i Nordamerika.

Magic i Kanada

Hur väl Magic ska lyckas i Kanada beror på när vår partner fått in tillräckligt med kapital för att genomföra den planerade marknadsföringen i större omfattning.

Ju längre tid detta tar desto större utrymmes ges naturligtvis till Coca-Colas och Pepsi Colas nylanserade energidrycker, men samtidigt så utvecklar dessa aktörer markanden för energidrycker.

Nexcite i Asien

Myndighetsgodkännandet för Nexcite i Kina är ännu inte klart. I Japan arbetar vår lokala partner med att utöka distributionen.

Det ser nu ut som om vår partner i Sydkorea har lagt problemen med etiketterna bakom sig. Det är ännu svårt att förutsäga marknadspotentialen i Sydkorea. Resultatet av den provleverans som är planerad till slutet av 2002 eller början av 2003 kommer att ge ett bättre bedömningsunderlag.

Magic i Mellanöstern

Tillsammans med Island är Mellanöstern den marknad som klart påvisar att Magic säljer bra om produkten stöttas med marknadsföring. I de länder vi varit etablerade under ett par år är vår marknadsandel ca 40%.

Vår partner i området har lyckats väl med både Magic Recovery och Magic Mind Booster och man efterfrågar nu en tredje produkt under varumärket Magic.

En gemensam marknadsföringskampanj via satellit-TV är nu planerad för länderna i regionen och vår partner tror att detta kommer att ytterligare bidra till introduktion på nya marknader och till volymtillväxten.

Nexcite i Europa

Den första leveransen av Nexcite till Rumänien kommer att genomföras under fjärde kvartalet. Vår partner i Rumänien är en sedan tidigare etablerad distributör av bl a mineralvatten.

Arbetet mot ett antal ytterligare marknader i Europa fortgår.

Magic i Sverige

Vi har tidigare informerat att vi inte varit tillfreds med Magics försäljningsutveckling i Sverige. Vi har tillsammans med vår samarbetspartner, Ancrona, i samförstånd fattat beslut om att avbryta samarbetet.

Vi har utvärderat nya distributionslösningar för den svenska marknaden och i skrivande stund är det klart att Svenson & Co kommer att överta ansvaret för distribution, marknadsföring och försäljning i Sverige.

Förstärkt delaktighet på prioriterade marknader

Som tidigare nämnts är vi övertygade om att vi måste var delaktiga i marknadsföringen för att uppnå bättre försäljningsvolym, resultaten i Mellanöstern och på Island bevisar det. Våra möjligheter att påverka våra partners blir begränsade då vi inte är ekonomiskt delaktiga i det marknadsarbete som de gör. I vissa fall blir marknadsföringsinsatsen otillräcklig.

Vi fortsätter därför de tidigare nämnda alternativa lösningar för att ta in kapital till bolaget.

Sammanfattning

Perioden har kännetecknats av låga försäljningsvolym. Vi har inte lyckats återhämta försäljningen under tredje kvartalet i den utsträckning som vi hoppades efter första halvåret. Inför kvartal fyra ser orderläget bättre ut för ett par viktiga marknader.

Resultatet av de kostnadsreduceringar som vidtagits under perioden kommer att ge effekt först under kvartal fyra.

Vi bör kunna se effekten av listningen av Magic hos de stora handelsblocken i USA under första kvartalet 2003 vilket kommer att påverka försäljningsvolymerna positivt.

Det är svårt att uttala sig om förutsättningar för Nexcite i USA men vi hoppas att det intresse som vi sett från olika aktörer på marknaden tillsammans med bytet av distributör kommer att innebära att vi får i gång försäljningen igen. Vår nya partner har tidigare erfarenhet från produktlanseringar och bred kunskap om marknadsföring av snabbbrörliga konsumentprodukter.

Med vänlig hälsning,

Jonas Jaenecke
Verkställande direktör

Nästa rapport: 2003-02-07

Magic House AB (publ)			
55 65 85-5946			
Resultaträkning			
		2002-01-01	2001-01-01
<i>Belopp i tkr</i>	<i>Not</i>	2002-09-30	2001-09-30
Nettoomsättning		11 412	42 671
Rörelsens kostnader			
Råvaror och förnödenheter		-5 941	-30 248
Övriga externa kostnader		-6 194	-5 954
Personalkostnader		-2 078	-2 016
Avskrivningar		-487	-443
Rörelseresultat		-3 288	4 010
Finansnetto		261	-191
Resultat efter finansnetto		-3 027	3 819

Magic House AB (publ)			
55 65 85-5946			
Balansräkning			
		2002-01-01	2001-01-01
<i>Belopp i tkr</i>	<i>Not</i>	2002-09-30	2001-09-30
TILLGÅNGAR			
Anläggningstillgångar			
Immateriella anläggningstillgångar		4 930	4 763
Materiella anläggningstillgångar		136	177
Finansiella anläggningstillgångar			
Andra långfristiga värdepappersinnehav		-	-
Andra långfristiga fordringar		4 000	4 000
Summa anläggningstillgångar		9 066	8 940
Omsättningstillgångar			
Varulager m.m.			
Färdiga varor och handelsvaror		1 057	362
Kortfristiga fordringar			
Kundfordringar		2 359	3 327
Övriga fordringar		473	697
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter		467	896
Kassa och bank		6	2 164
Summa omsättningstillgångar		4 362	7 446
SUMMA TILLGÅNGAR		13 428	16 386

Magic House AB (publ)			
55 65 85-5946			
Balansräkning			
		2002-01-01	2001-01-01
<i>Belopp i tkr</i>	<i>Not</i>	2002-09-30	2001-09-30
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Eget kapital			
Aktiekapital		994	844
Överkursfond		1 350	1 500
Redovisat resultat		419	
Periodens resultat		-3 027	3 819
		-264	6 163
Obeskattade reserver		213	
Långfristiga skulder			
Banklån		2 000	2 000
Checkräkningskredit		3 590	154
		5 590	2 154
Kortfristiga skulder			
Leverantörsskulder		4 139	4 474
Övriga skulder		343	93
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter		3 407	3 502
		7 889	8 069
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		13 428	16 386

Magic House AB (publ)			
55 65 85-5946			
Kassaflöde			
		2002-01-01	2001-01-01
<i>Belopp i tkr</i>	<i>Not</i>	2002-09-30	2001-09-30
Kassaflöde före förändring av rörelsekapital och investeringar		-3 041	4 262
Rörelsekapitalförändring		-110	3 617
Kassaflöde från den löpande verksamheten		-3 151	7 879
Investeringar netto		-10	-5 383
Kassaflöde efter investeringar		-3 161	2 496
Kassaflöde från finansieringsverksamheten		3 167	-347
Periodens kassaflöde			2 149
Likvida medel vid periodens början		-	15
Likvida medel vid periodens slut		6	2 164

Tillämpade redovisningsprinciper överensstämmer med dem som används i den senaste årsredovisningen. Delårsrapporten har ej varit föremål för särskild granskning av bolagets revisor.