

ÅRSREDOVISNING 2002
RNB RETAIL AND BRANDS AB

OM rnb

rnb äger, driver och utvecklar starka butiks-koncept för kvalitetsmedvetna kunder i alla åldrar.

Omsättningen uppgick under perioden september 2001 – augusti 2002 till 633,3 Mkr. Genomsnittligt antal anställda under räkenskapsåret uppgick till 357. Antalet butiker vid räkenskapsårets utgång uppgick till 92, varav 15 är franchisebutiker.

AFFÄRSIDÉ

rnbs affärsidé är att med ett internationellt perspektiv äga, driva och utveckla butiks-koncept för mode- och kvalitetsmedvetna kunder.

rnb skall genom sortiment och starka konceptuella uttryck skapa en unik upplevelse för kunden.

AFFÄRSMODELL

rnb driver butiskoncept för kvalitetsmedvetna kunder. Varje koncept är inriktat på väl definierade målgrupper. Inom segmenten marknadsför och säljer rnb konfektion som tillsammans täcker målgrupperna barn, män och kvinnor i alla åldrar. Följande butiskoncept ingår i rnb:

- Polarn O. Pyret (PO.P)
- Saks/Blombergs
- Solo/Champagne
- NK/Varumärkesbutiker

MÅL

rnbs mål är att stärka positionen som det ledande mode- och konfektionsföretaget i Sverige för kvalitetsmedvetna kunder. Det övergripande målet är att verksamheten skall drivas med god lönsamhet och därigenom skapa aktieägarvärde. rnb skall genom organisk tillväxt och genom förvärv expandera existerande butiskoncept på utvalda marknader. rnb har som målsättning att i genomsnitt uppvisa en årlig omsättningstillväxt överstigande 15% och en rörelsemarginal överstigande 8%.

KONCERNEN I SAMMANDRAG

- * Rörelsens intäkter uppgick till 633,3 Mkr
- * Resultatet efter finansnetto uppgick till 20,1 Mkr. Engångsposter om 19,2 Mkr ingår i resultatet.
- * Kassaflödet förbättrades kraftigt och uppgick efter investeringar till 4,3 Mkr.
- * Bruttovinstmarginalen ökade till 50,5 procent.
- * rnb har i september 2002 förvärvat modeföretaget Champagne med 24 butiker.
- * Mikael Solberg utsedd till arbetande styrelseordförande.

Nyckeltal	Jan-dec	Proforma	Jan 2001- aug 2001	Sep 2001- aug 2002
	2000	Jan-dec 2000		
Omsättning, Mkr	458,8	647,7	371,3	633,3
Rörelseresultat, Mkr	32,3	28,7	-44,1	26,4
Resultat före skatt, Mkr	26,1	20,0	-50,2	20,1
Andel eget riskbärande kapital, %	33,6	33,6	38,8	38,9
Soliditet, %	33,1	33,1	38,8	38,9
Avkastning på sysselsatt kapital, %	23,5	13,8	neg	10,0
Avkastning på eget kapital, %	45,7	14,6	neg	8,4
Resultat efter skatt per aktie, kr	7,01	2,74	-6,27	1,6
Eget kapital per aktie, kr	19,93	19,93	18,86	20,39
Eget kapital per aktie vid full konvertering, kr	21,32	21,32	20,66	20,36
Antal egna butiker vid periodens utgång, st	74	74	70	77
Antal franchise butiker vid periodens utgång, st	15	15	15	15

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

VD kommenterar	2
Verksamheten	4
Konfektionsmarknaden	14
Aktiekapital och ägarförhållanden	15
Fem år i sammandrag	16
Förvaltningsberättelse.....	17
Räkenskaper	20
Koncernens resultaträkning, balansräkning och kassaflödesanalys	20
Moderbolagets resultaträkning, balansräkning och kassaflödesanalys	24
Redovisningsprinciper	28
Noter	28
Revisionsberättelse	34
Styrelse, ledande befattningshavare och revisorer	35

VD KOMMENTERAR

FÖRETAGET

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

Genom att samordna gemensamma funktioner kan verksamheten bedrivas mer effektivt vilket ger fördelar och kostnadsbesparingar som fristående butikskedjor har svårt att nå. Samtidigt kan butikskoncepten i högre grad fokusera på att skapa mervärden för kunden. Sammantaget ger detta rnbs butikskoncept ett försprång på en alltmer konkurrensutsatt marknad.

rnbs målsättning var att under 2002 öka andelen damkläder och i september förvärvade rnb Champagnegruppen med 24 modebutiker i Stockholm, Göteborg och Linköping. Därmed får rnb en jämnare balans mellan olika kundgrupper samt stärker sin ställning som Sveriges ledande modeföretag för kvalitetskläder.

RESULTAT

Under verksamhetsåret startades ett flertal processer, en besparingsplan sjösattes och vi levererade ett resultat som är bättre än föregående år men som vi inte är nöjda med. Omsättningen blev 633,3 Mkr och resultatet efter finansnetto uppgick till 20,1 Mkr. Att försäljningen avtog berodde på en allmän marknadsnedgång främst i samband med det onormalt varma vädret under fjärde

kvartalet. Det förbättrade resultatet, exklusive en reavinst på försäljning av fastighet, är i sin helhet relaterat till det pågående åtgärdsprogrammet och arbetet med att realisera synergier inom koncernen. Resultatet påverkades negativt av kostnader för nyöppnade butiker och för kommande verksamhetsår drar vi ner på expansions-takten för att ytterligare fokusera på lönsamheten.

STRATEGI

Man kan inte gå framåt genom att stå stilla. Arbetet med att utveckla våra koncept för att möta marknadens ökade krav fortsätter.

- Koncepten Saks och Blombergs har haft en neråtgående trend under en längre tid vilket medfört att vi utarbetat ett nytt koncept för kvinnor och män mitt i livet, som lanserades under hösten 2002 under varumärket Saks. De Blombergsbutiker som drivs under affärsområdet kommer successivt att omvandlas till Saks. Genom att tillföra damkläder på befintliga ytor bedömer vi att det finns möjligheter att öka försäljningen per kvadratmeter. Vi öppnade två nya Saksbutiker under verksamhetsåret.
- Polarn O. Pyret har fortsatt att öka sina marknadsandelar och vi har öppnat fem nya butiker under verksamhetsåret.

- Solo har stärkt sin position under året och ökar sina marknadsandelar. Vi har öppnat två nya butiker under verksamhetsåret.
- Under 2002/2003 kommer vi att öppna tre nya butiker på NK i Stockholm.

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

Arbetet med att utveckla samordningsfördelar fortsätter.



- Vi har samordnat inköpsgruppen för våra egna varumärken inom Solo, Saks och Champagne med Polarn O. Pyrets inköpsavdelning och rekryterat en gemensam inköpschef. Detta för att samordna inköpsvolymerna och förbättra den ekonomiska styrningen vilket skapar förutsättningar för att ytterligare förbättra bruttomarginalerna.
- Inköp av externa varumärken sker nu centralt istället för som tidigare i varje koncept. Detta ger oss bättre kontroll över varuflödet samt underlättar för upprättandet av centrala avtal med leverantörerna vilket i sin tur leder till förbättrade bruttomarginaler.
- För att effektivisera logistiken och förbättra våra systemstöd rekryterades kompetens inom området i juni 2002.

FRAMTIDEN

En avgörande konkurrensfördel för rnb är att erbjuda tydliga koncept till en väl definierad målgrupp. Med tydliga och intressanta koncept kan koncernen vinna marknadsandelar trots att marknaden viker. rnb har framgångsrikt vitaliserat koncepten och det sista konceptet som återstod var Saks/Blombergs, vilket nu är under arbete.

Förvärvet av Champagnegruppen tillsammans med de nya butikerna vi öppnat under året ökar rnb:s omsättning med ca 50%. Vi har nu lagt en distributionsplattform som täcker en stor del av segmentet för kvalitetsmedvetna kunder. Detta innebär att vi en tid framöver kommer att fokusera på att optimera vår organisation samt öka vår lönsamhet. Vi har lagt ett program som innefattar försäljningsfokusering, besparingar samt åtgärder för ökade marginaler. För att förstärka organisationen efter vår kraftiga tillväxt har Mikael Solberg utsetts till arbetande styrelseordförande. Vi har delat upp ansvaret för de olika processerna mellan oss för att använda resurserna rätt och på så sätt snabbare nå våra målsättningar.

rnb är idag väl positionerat i segmentet för kvalitetsmedvetna kunder. Koncernen har den kunskap, organisation och finansiella styrka som krävs för att tillvarata den strukturomvandling som pågår inom konfektionsmarknaden. Våra medarbetare 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 modföretag 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.

Stockholm i december 2002

Christel Kinning
VD

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 segmentet för kvalitetsmedvetna kunder 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. I september 2002 förvärvades Champagnegruppen med 24 modebutiker. Genom förvärvet ökade rnb andelen damkläder och fick en jämnare balans mellan olika kundgrupper samt stärkte sin ställning som ledande modeföretag för kvalitetskläder. Likheter mellan de olika bolagen skapar goda förutsättningar 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

rnb driver butikskoncept i segmentet för kvalitetsmedvetna kunder. Varje koncept är inriktat på väl definierade målgrupper som tillsammans täcker barn i åldrarna 0-16 år samt kvinnor och män från 18 år och uppåt. Följande affärsområden ingår i rnb:

- Polarn O. Pyret
- Solo/Champagne
- Saks
- NK/Varumärkesbutiker

MÅL

rnbs mål är att stärka positionen som det ledande mode- och konfektionsföretaget i Sverige i segmentet för kvalitetsmedvetna kunder med god lönsamhet och därigenom skapa aktieägarvärde. Detta skall ske via fastställda operativa och 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 vara etablerad med Polarn O Pyret på en eller flera marknader utanför Sverige.

Långsiktiga finansiella mål

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

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 undersöker möjligheten att expandera Polarn O. Pyret 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 samt vid utlandsetablering. Det är framför allt P.O.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 segmentet för kvalitetsmedvetna kunder**

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 leverantörsvarumärken 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 butikskoncepten fokusera på att analysera förändringar i konsumtionsmönster och koncentrera sina resurser på kundupplevelsen.

För att förbättra erbjudandet till kunden och anpassa innehållet till konsumenternas förändrade krav arbetar rnb bland annat med CRM.

BUTIKSKONCEPT

Målgruppen för rnbs butikskoncept är mode, kvalitets- och varumärkesmedvetna konsumenter. De olika butikskoncepten vänder sig till olika definierade målgrupper genom att marknadsföra produkter som tillsammans täcker barn i åldrarna 0-16 år samt kvinnor och män från 18 år och uppåt. rnbs koncept har gemensamma värderingar avseende varumärken, kvalitet och kundupplevelse. Butikskoncepten kombinerar starka varumärken med en tydlig konceptupplevelse 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 segmentet för kvalitetsmedvetna kunder.

ORGANISATION

rnbs operativa struktur utgörs av fyra affärsområden och centrala funktioner. De centrala funktionerna är Ekonomi, IT, Logistik, Human resources, Etablering, Inköp av externa varumärken och Inköp av egna varumärken.

POLARN O. PYRET





POLARN O. PYRET

Polarn O. Pyret (POP) är det ledande butiks-konceptet för barnkläder inom kvalitets-segmentet i Sverige. Förutom barnkläder finns ett damsortiment som utgör ca 30% av POPs omsättning. Polarn O. Pyret-konceptet marknadsförs i en rikstäckande butikskedja som per den 31/8 2002 bestod av 52 butiker varav 15 under franchiseavtal.

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 och Åhléns City tillsammans med internationella varumärken.

I februari 2002 utnämndes POP till Årets Butikskedja för andra året i rad i tävlingen Retail Awards arrangerad av Svensk Handel.

Konceptidé

POP skall genom tydliga värderingar erbjuda kvinnor och deras barn ett modernt bas-sortiment 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 ca 70 procent av medlemsklubben men andelen pappor som handlar kläder till sina barn ökar stadigt.

Butikskoncept

Butikerna ligger i citylägen i större städer eller attraktiva köpcentra. POPs målsättning är att öka den genomsnittliga försäljningsytan. 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 är uppbyggt kring en modern bas där kvalitet, komfort och funktion prioriteras. Stor vikt läggs vid att sortimentet skall underlätta för föräldrar. 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 omtanke och personlighet. 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 under 2001/2002 öppnades fem nya butiker. 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 genomförs 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 franchiseavgift, baserad på butikens omsättning.





SOLO



SOLO/CHAMPAGNE

Solo öppnade den första butiken i Göteborg 1981 och det finns idag åtta butiker fördelade på fem städer i Sverige. Champagne öppnade den första butiken i Stockholm 1984 och kedjan förvärvades 2002. Det finns sex butiker i Stockholm, Göteborg och Linköping. Under affärsområdet drivs även en Mr Walkerbutik.

Konceptidé

Solo/Champagne säljer modekläder med starka designuttryck och attraktiva varumärken. Koncepten erbjuder en intressant produktmix till kunder som attraheras av en modern livsstil.

Kunden

Solos kund är en medveten och nyfiken individualist, 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 alltför lever en yngre livsstil allt högre upp i åldrarna.

Champagnes kund är en stilsäker tjej som är mån om sitt utseende, intresserad av kläder och design som lyfter fram hennes kvinnlighet. Hon är målinriktad när hon ska

handla kläder men gör även spontanköp.

Trend och kvalitet är viktigare än pris och varumärke.

Butikskoncept

Solo/Champagne är storstadskoncept men kan även etableras i större universitetsstäder eller i storstadsområden. Målsättningen är att butikerna skall bli en naturlig mötesplats för målgruppen därför är en hög aktivitetsnivå och ständig förnyelse viktigt.

Sortiment

Solos innehåll byggs från denimprodukter och jeansrelaterade produkter till kläder för ett aktivt och socialt liv. Utöver kläder finns ett sortiment av accessoarer där innehållet varierar efter aktuell trend och aktuellt mode. Exempel på varumärken som finns i Solo-konceptet är J. Lindeberg, Tiger, Paul Smith, Filippa K, Nudie och Diesel. På Solo presenteras ett urval som genom mixen av modegrad och varumärke bildar ett unikt utbud. Solo har också egna varumärken, till exempel Solo och Mono, som innehåller basprodukter med kontinuerlig påfyllnad eller vissa snabbbrörliga modeprodukter där efterfrågan uppkommer snabbt och som varumärkesleverantörerna behöver lång framförhållning för att kunna leverera.

Champagnes utbud är en spännande blandning av kläder med attityd kombinerat med kvinnlighet och romantik. Det finns ofta ett stort urval av färger vilket ger inspiration och bryter likriktningen inom modehandeln.

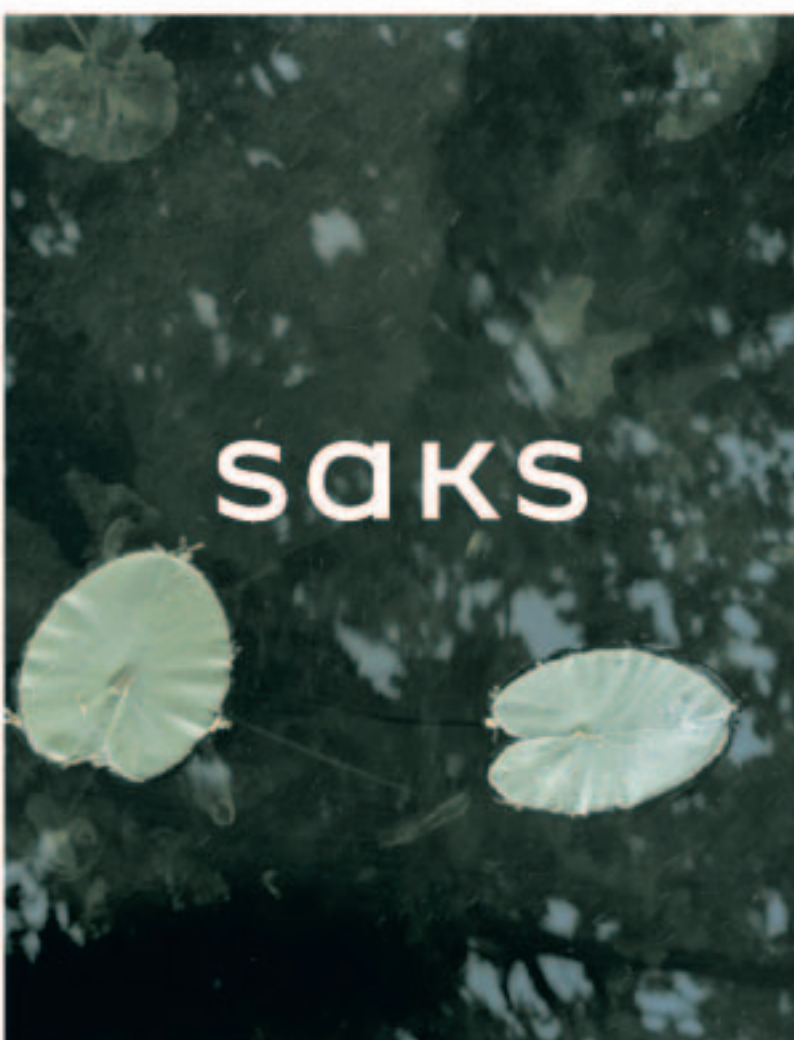
Exempel på varumärken är Nolita, Fornarina, Day, Tempel som kompletteras med det egna varumärket Do Rose.

Marknadsföring

Butikerna och dess fönster är av central betydelse för Solo/Champagnes marknadsföring. Butiksmaterial, emballage och hög aktivitetsnivå i samarbete med partners för att skapa mervärde är viktiga redskap i marknadsföringsmixen.

Expansion

Butikskoncepten i affärsområdet har en ledande position inom målgruppen och att expandera koncepten i en större omfattning skulle kräva en breddning av pris och modegrad vilket i sin tur skulle leda till en försvagad position. Därför finns inte i dagsläget några större expansionsplaner fransett enstaka nyetableringar.





SAKS

Saks etablerades i Sundbyberg 1937 av familjen Saks. Under hösten 2002 genomfördes en omprofilering av Saks-konceptet och i samband med detta har fem Blombergs-butiker omvandlats till det nya, utvecklade Saks-konceptet som idag innehåller 14 butiker. Sju av dessa har tillförts dam inom befintliga ytor, vilket bedöms öka försäljningen per kvadratmeter. Under affärsområdet Saks drivs även nio Blombergsbutiker som successivt kommer att omvandlas till Saks.

Konceptidé

Saks ska vara ett modernt kvalitetskoncept som ger män och kvinnor en lustfylld köppplevelse genom hög servicegrad, trevlig butiksmiljö och nytänkande.

Kunden

Kunden i Saksbutiken är en medveten man och kvinna som värdesätter kvalitet, service och mode. 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 och är 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 önskemål.

Butikskoncept

Butikerna skall vara belägna i vältrafikerade affärslägen såsom city, stadsdelscentra eller köpcentra. Två butiker har ett helt nytt inredningskoncept medan övriga delvis har renoverats under hösten 2002. Målsättningen har varit att skapa en behaglig och trivsamt köpmiljö.

Sortiment

Saks produktmix består både av starka internationella varumärken som bekräftar modenivån och kända produktvarumärken inom både konfektion och leisure. Varumärken som Hugo Boss, Gant och Marlboro Classics kompletteras med Tiger, Rils samt de egna varumärkena Ellegal, Illegal och Alter. Sortimentet ska tillgodose målgruppens behov för både arbete och fritid.

Marknadsföring

Marknadsföringen av Saks syftar till att långsiktigt förtydliga konceptets profil, där textilmaterial och emballage viktigt för att förstärka kvalitetsupplevelsen. Saks kundklubb är en tillgång för att skapa lojalitet samt trafik till butikerna.

Expansion

Saks expansion skall ske i större svenska städer där tillräckligt kundunderlag för etablering finns. Det finns ett ökande antal enskilda butiker 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.



BOSS
HUGO BOSS

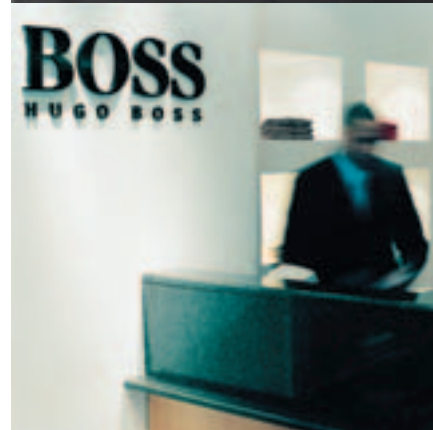


NK/VARUMÄRKESBUTIKER

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 entreprenörsvaruhus och fler butiker tillkom i samband med förvärvet av Champagnegruppen i september 2002. 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. Under affärsområdet drivs även varumärkesbutiker utanför NK. rnb arbetar långsiktigt med att ytterligare stärka relationerna till varumärkesleverantörer, som exempel Hugo Boss, Tiger, J. Lindeberg och Sand. Som en följd därav driver rnb flera varumärkesbutiker. Varumärkesbutiker öppnas för de varumärken som redan visat goda försäljningsframgångar i något av butikskoncepten. rnb äger och driver butikerna samt anställer personalen. Inredning, sortiment, marknadsföring och drift regleras i samarbetsavtal med leverantören. De flesta varumärkesbutikerna drivs under sk koncessionsavtal vilket innebär att leverantören står för varulagret.

Följande butiker ingår i NK/Vmb; NK kids, NK Barnskor, NK Herrkonfektion, NK Herrshop, Tiger Herr, Sand Herr, Marlboro Classics, Filippa K Man, Filippa K dam, Calvin Klein, Ralph Lauren dam, French Connection, Tiger dam, Turnover, Caractère, NK Kvinna och NK Designers drivs på NK i Stockholm. NK Woman, NK Designers, NK Fashion, Marimekko och Marlboro Classics drivs på NK i Göteborg. Hugo Boss shop på Birger Jarlsgatan och Tiger dam på PK huset i Stockholm ingår också i affärsområdet.

Våren 2003 öppnar rnb en ungdoms-avdelning samt en J.Lindeberg och Hugo shop på NK i Stockholm.



KONFEKTIONSMARKNADEN

MARKNAD

rn 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 postorderföretag. Butikskedjorna har under en längre tid ökat sin andel av den totala marknaden på bekostnad av de enskilda fackhandlarna.

Strukturomvandlingen av konfektionsmarknaden 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 men under perioden 1 september 2001 - 31 augusti 2002 minskade konfektionsmarknaden enligt

HUI med 1,4 % i löpande priser, vilket ger en total marknad på ca 40 miljarder kronor inklusive mervärdesskatt.

Konfektionsmarknadens tillväxt påverkas bland annat av den demografiska strukturen, disponibel inkomst och konsumtionsmönster.

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 upplevelsekonsumtion t.ex. resor och nöjen.

Dagens konsumenter ställer höga krav på upplevelser vilket gör det svårare att konkurrera med enbart varan i konfektionshandeln. 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 prisvärde. 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 marknadsbruset.

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 SÄSONG-VARIATIONER

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.

AKTIEKAPITAL OCH ÄGARFÖRHÅLLANDEN

Aktiekapitalet

Det registrerade aktiekapitalet i rnb uppgick 2002-08-31 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 29 november 2002 till 896 enligt VPC.

Preferensaktier

I februari 1998 lämnade Karl Stockman AB och Paul Lederhausen villkorade aktie-ägartillskott om vardera 7 Mkr till Polarn O. Pyret AB i syfte att finansiera POPs

omprofilering. De villkorade aktie-ägartillskotten har inte reglerats på grund av bristen på fritt eget kapital i Polarn O. Pyret AB. Vid en extra bolagsstämma den 12 mars 2001 beslutades att nyemittera två preferensaktier. Preferensaktierna erbjöds Karl Stockman AB och Paul Lederhausen till teckning. Nyemissionen av preferensaktierna var villkorad av att Karl Stockman AB och Paul Lederhausen eftergav all rätt till återbetalning av de villkorade aktie-ägartillskotten om sammanlagt 14 Mkr som lämnats till Polarn O. Pyret 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 bolaget före stamaktier intill ett sammanlagt belopp om 5,7 Mkr. Omedelbart efter preferensakties erhållande av ett sammanlagt belopp om 5,7 Mkr i vinstutdelning och utdelning i samband med en eventuell likvidation av bolaget skall preferensaktien konverteras till stamaktie. Sådan konvertering skall omedelbart registreras av bolagets styrelse.

STÖRSTA ÄGARNA I RNB PER 2002-11-29

Aktieägare	Antal aktier	Andel röster/ kapital %
Mikael Solberg med bolag	945 284	12,6%
Jan Carlzon med bolag	923 334	12,3%
Novax AB	847 721	11,3%
BT Baltrade LTD	576 230	7,7%
Höghuset AB	430 700	5,7%
SND Invest AS	312 500	4,2%
Texcel International AB	240 500	3,2%
Rasmus B.V.	205 725	2,7%
ÅBJ & Partners AB	132 475	1,8%
Nordea Bank SA, Luxemburg	128 639	1,7%
Övriga	2 761 329	36,8%
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 september 2001 - 31 augusti 2002 föreslås ingen utdelning att utgå.

Vid utdelningsbeslut från och med den 1 januari 2003 har preferensaktie företräde till utdelning före stamaktie i Bolaget till ett sammanlagt belopp om 11.4 Mkr.

AKTIEKAPITALET'S 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			1998	1999	2000	Jan-aug	2001Sep 2001-
						Proforma	8 mån aug 2002
Omsättning	Mkr		138,6	162,0	458,8	647,7	371,3 638,0
Rörelseresultat	Mkr		-12,0	0,7	32,3	28,7	-44,1 26,4
Finansnetto	Mkr		-3,9	-3,3	-6,2	-8,6	-6,1 -6,3
Resultat efter finansiella poster	Mkr		-15,9	-2,6	26,1	20,0	-50,2 20,1
Årets resultat	Mkr		-15,9	-2,7	27,1	14,2	-36,0 12,3

Balansposter

Anläggningstillgångar	Mkr	39,8	41,9	136,7	136,7	177,6	165,7
Varulager	Mkr	20,5	31,1	115,7	115,7	148,3	170,7
Kundfordringar	Mkr	2,4	9,6	8,1	8,1	7,8	11,0
Övriga omsättningstillgångar	Mkr	4,1	12,9	33,7	33,7	26,3	35,9
Likvida medel	Mkr	0,8	1,9	18,1	18,1	5,0	10,4
Summa tillgångar	Mkr	67,6	97,4	312,3	312,3	365,0	393,7

Eget kapital	Mkr	10,6	15,4	103,3	103,3	141,5	153,0
Minoritetsintresse	Mkr	-	-	0,1	0,1	-	-
Avsättningar	Mkr	-	-	1,5	1,5	11,5	0,1
Långfristiga skulder	Mkr	37,5	37,1	114,5	114,5	115,4	119,7
Kortfristiga skulder	Mkr	19,5	44,9	92,9	92,9	96,6	120,9
Summa eget kapital och skulder	Mkr	67,6	97,4	312,3	312,3	365,0	393,7

Nyckeltal

Bruttovinstmarginal	%	49,3	49,6	50,5	49,5	45,0	50,5
Rörelsemarginal	%	neg	0,4	7,0	4,4	neg	4,2
Vinstmarginal	%	neg	neg	5,7	3,1	neg	1,9
Riskbärande eget kapital	Mkr	10,6	15,4	104,8	104,8	141,5	153,0
Andel riskbärande eget kapital	%	15,7	15,8	33,6	33,6	38,8	38,9
Soliditet	%	15,7	15,8	33,1	33,1	38,8	38,9
Sysselsatt kapital	Mkr	50,4	55,4	226,0	226,0	260,2	287,3
Avkastning på sysselsatt kapital	%	neg	1,4	23,5	13,8	neg	10,0
Avkastning på eget kapital	%	neg	neg	45,7	14,6	neg	8,4
Antal årsanställda		111	113	253	371	353	357
Antal egna butiker vid periodens utgång		32	31	74	74	70	77
Antal franchise-butiker vid periodens utgång		13	13	15	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 balansomslutningen.

FÖRVALTNINGSBERÄTTELSE

VERKSAMHETEN

Under 2001 bytte bolaget räkenskapsår till att vara 1 september - 31 augusti. Förra räkenskapsåret var förkortat, vilket innebär att jämförelsetalen inom parantes endast omfattar åtta månader.

rnb-koncernen äger, driver och utvecklar butikskoncept för mode- och kvalitetsmedvetna kunder och är ett av Sveriges största modeföretag. Varje koncept är inriktat på väl definierade målgrupper. I rnb ingår butikskoncepten Polarn O. Pyret (PO.P), Saks, Solo, Champagne och NK/Varumärkesbutiker.

Antalet butiker uppgick per den 31 augusti 2002 till 92 varav 15 drivs av franchisetagare.

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

I september 2002 förvärvade rnb Champagnegruppen med 24 butiker i Stockholm, Göteborg och Linköping med huvudinriktning på dammode.

NETTOOMSÄTTNING OCH RESULTAT

Det allmänt försämrade konjunkturläget har även påverkat konsumenternas köpbemägenhet. Konfektions- och bекlädnads-handeln har under det senaste året försämrats något.

Koncernens nettoomsättning uppgick under perioden till 633,3 (370,4) Mkr. Under perioden har tio nya butiker öppnats, varav fem Polarn O. Pyret, två Solo, två Saks samt en Outlet i Vinsta. Tre Blombergsbutiker har stängts under räkenskapsåret.

Resultat efter finansiella poster uppgick till 20,1 (-50,2) Mkr. Resultat från försäljning av fastighet ingår i resultatet med 19,2 Mkr. Under räkenskapsåret har kostnader för nyöppnade butiker belastat resultatet med 6,0 Mkr.

Bruttovinstmarginalen för räkenskapsåret uppgick till 50,5 (45,0) procent.

FINANSIELL STÄLLNING OCH LIKVIDITET

Koncernens balansomslutning uppgick till 393,7 Mkr jämfört med 365,0 Mkr vid föregående räkenskapsårs utgång.

Det egna kapitalet uppgick till 153,0 (141,5) Mkr, vilket ger en soliditet om 38,9 (38,8) procent. Under perioden har det egna kapitalet påverkats av periodens resultat om 12,3 Mkr, samt kostnader för tidigare emissioner om -0,7 Mkr.

Varulagret uppgick till 170,7 (148,3) Mkr. Ökningen är relaterad till nyöppnade enheter under räkenskapsåret samt enheter som öppnar i början på det nya räkenskapsåret.

Koncernens likvida medel inklusive outnyttjade checkkrediter uppgick vid periodens slut till 43,9 Mkr jämfört med 76,8 Mkr vid föregående räkenskapsårs utgång.

rnb har ett konvertibelt förlagslån om 8,9 Mkr med en löptid t.o.m den 31 december 2002. Anmälan om konvertering till nya aktier i rnb till en kurs om 20,0 kronor kan ske under december 2002.

INVESTERINGAR OCH AVSKRIVNINGAR

Periodens investeringar uppgick till 36,6 (34,1) Mkr, och bestod i huvudsak av butiksetableringar och ombyggnationer av befintliga butiker. Avskrivningarna under perioden uppgick till 25,3 (16,8) Mkr, varav goodwillavskrivningar utgjorde 3,2 (2,1) Mkr.

PERSONAL

Medelantalet anställda under perioden uppgick till 357 personer (353).

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 under året haft fem ordinarie och sex extra styrelsemöten.

Ordinarie möten har främst ägnats åt resultatuppföljning, investeringsärenden, extern informationsgivning och strategifrågor. Vid de extra sammanträdena har framför allt frågor runt omorganisering och besparingsprogram, nyetableringar och förvärv behandlats.

ORGANISATION

För att förstärka rnbs organisation efter förvärvet av Champagne-gruppen, har styrelsen från den 1 november 2002 utsett Mikael Solberg till arbetande styrelseordförande. Till vice ordförande i styrelsen utsågs samtidigt Claes Hansson.

VÄSENTLIGA HÄNDELSER EFTER RÄKENSKAPSÅRETS UTGÅNG

I september har rnb från familjen von Rosen förvärvat Champagnegruppen med 24 modebutiker i Stockholm, Göteborg och Linköping. rnb har därigenom stärkt sin ställning som Sveriges ledande modeföretag för kvalitetskläder.

Som en följd av förvärvet ökar rnbs omsättning med ca 200 Mkr för det kommande räkenskapsåret. Förvärvet har finansierats genom banklån och egna medel.

Efter förvärvet kommer rnbs soliditet därmed initialt att sjunka från 38,9% till ca 32%.

Kostnader för finansiering och goodwillavskrivningar hänförliga till Champagne-förvärvet beräknas uppgå till ca 4,5 Mkr för räkenskapsåret 2002/2003.

För räkenskapsåret 2001 redovisade Champagne ett resultat efter finansiella poster om 14,9 Mkr.

Förvärvet beräknas kunna ge omfattande samordningsvinster mellan bolagen.

FRAMTIDSUTSIKTER

Det rådande konjunkturläget gör att rnb bedömer att tillväxten på den svenska marknaden kommer att vara fortsatt svag den närmaste tiden. Under det kommande räkenskapsåret kommer nyetableringstakten att sjunka. Fokusering kommer att ske på att realisera samordningsvinster efter förvärvet av Champagne. Arbetet med kostnadsbesparingar och effektiviseringar inom varuflödes- och varuansaffningsprocesserna kommer att fortsätta.

FÖRSLAG TILL VINSTDISPOSITION

KONCERNEN

Koncernens fria egna kapital enligt
koncernbalansräkningen
uppgår till -20.145 Tkr.
Någon avsättning till bundet
 eget kapital förslås ej.

MODERBOLAGET

Till bolagsstämman förfogande står
följande vinstmedel (Tkr)

Balanserat resultat	-7.137
Årets resultat	15.020
	7.883

Styrelsen föreslår att i ny räkning
överföres 7.883 Tkr.

Stockholm 2002-12-11

Mikael Solberg
Styrelsens ordförande

Christel Kinning
Verkställande direktör

Eva Eriksson

Andreas Falkenmark

Claes Hansson

Hans Risberg

Jan Nord

Patrik Bångeri

Anders Slettengren

Vår revisionsberättelse har avgivits 2002-12-11

Olle Andersson
Auktoriserad revisor

Lars Jernberg
Auktoriserad revisor

RÄKENSKAPER

Koncernens resultaträkning	(Tkr)	Sep 2001- aug 2002	Jan 2001- aug 2001 (8 mån.)
Nettoomsättning	Not 1	633 258	370 424
Övriga rörelseintäkter		4 720	860
		637 978	371 284
Rörelsens kostnader			
Handelsvaror		-313 546	-203 688
Övriga externa kostnader	Not 4	-146 976	-91 867
Personalkostnader	Not 3	-145 024	-94 191
Avskrivningar och nedskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar	Not 6,7,8,9,10	-25 263	-16 839
Omstruktureringskostnader		-	-9 133
Företagsanknutna SPP-medel		-	321
Vinst vid avyttring av fastighet		19 226	-
Rörelseresultat		26 395	-44 113
Resultat från finansiella investeringar			
Ränteintäkter		924	639
Räntekostnader		-7 206	-6 762
Resultat efter finansiella poster		20 113	-50 236
Skatt på årets resultat	Not 5	-7 795	14 267
Årets resultat		12 318	-35 969
Resultat per aktie (kr)		1,64	-6,27
Resultat per aktie (kr), efter full konvertering		1,55	-5,82
Genomsnittligt antal aktier, tusental		7.504	5.725
Genomsnittligt antal aktier efter full konvertering, tusental		7.951	6.172

Koncernens balansräkning	(Tkr)	02-08-31	01-08-31
TILLGÅNGAR			
Anläggningstillgångar			
<i>Immateriella anläggningstillgångar</i>			
Varumärken	Not 6	392	539
Hysesrätter	Not 7	28 653	28 812
Goodwill	Not 8	50 517	53 718
		79 562	83 069
<i>Materiella anläggningstillgångar</i>			
Byggnader	Not 9	-	16 077
Inventarier och butiksinteriör	Not 10	50 946	36 411
		50 946	52 488
<i>Finansiella anläggningstillgångar</i>			
Uppskjuten skattefordran	Not 20	32 056	39 766
Andra långfristiga fordringar		3 148	2 246
		35 204	42 012
Summa anläggningstillgångar		165 712	177 569
Omsättningstillgångar			
<i>Varulager</i>			
Handelsvaror		170 700	148 270
		170 700	148 270
<i>Kortfristiga fordringar</i>			
Kundfordringar		11 023	7 779
Övriga fordringar		14 738	13 049
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	Not 12	21 169	13 309
		46 930	34 137
<i>Kassa och bank</i>		10 335	5 032
Summa omsättningstillgångar		227 965	187 439
SUMMA TILLGÅNGAR		393 677	365 008

Koncernens balansräkning	(Tkr)	02-08-31	01-08-31
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Eget kapital	Not 13		
<u>Bundet eget kapital</u>			
Aktiekapital		30 018	30 018
Bundna reserver		143 150	141 496
		173 168	171 514
<u>Ansamlad förlust</u>			
Ansamlad förlust/Fria reserver		-32 463	5 922
Årets resultat		12 318	-35 969
		-20 145	-30 047
Summa eget kapital		153 023	141 467
Avsättningar			
Avsättningar för omstruktureringsskostnader		112	11 457
Summa avsättningar		112	11 457
Långfristiga skulder	Not 14		
Skulder till kreditinstitut		4 259	20 823
Checkräkningskredit	Not 15	115 416	71 741
Konvertibelt förlagslån	Not 16	-	22 795
Övriga skulder		-	116
Summa långfristiga skulder		119 675	115 475
Kortfristiga skulder			
Skulder till kreditinstitut		5 728	3 263
Konvertibelt förlagslån	Not 16	8 925	-
Leverantörsskulder		67 453	59 785
Övriga skulder		9 412	8 005
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	Not 17	29 349	25 556
Summa kortfristiga skulder		120 867	96 609
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		393 677	365 008
Ställda säkerheter	Not 18	163 849	195 468
Ansvarsförbindelser	Not 19	Inga	432

Koncernens kassaflödesanalys	(Tkr)	Sep 2001- aug 2002	Jan 2001- aug 2001 (8 mån)
Den löpande verksamheten			
Resultat efter finansiella poster		20 113	-50 236
Justering för poster som ej ingår i kassaflödet		5 568	8 007
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapital		25 681	-42 229
Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital			
Varulager		-22 430	-32 537
Rörelsefordringar		-12 793	7 556
Rörelseskulder		15 333	7 127
Kassaflöde från den löpande verksamheten		5 791	-60 083
Investeringsverksamheten			
Förvärv av dotterbolag		-	-6 750
Förvärv av övriga anläggningstillgångar		-36 623	-27 503
Förändring av långfristiga fordringar		-902	1 003
Försäljning av anläggningstillgångar		36 000	351
Kassaflöde från investeringsverksamheten		-1 525	-32 899
Finansieringsverksamheten			
Konvertibelt förlagslån		-13 870	-5 283
Förändring av långfristiga skulder		15 650	12 901
Nyemission		-743	72 302
Kassaflöde från finansieringsverksamheten		1 037	79 920
Årets kassaflöde		5 303	-13 062
Likvida medel vid årets början		5 032	18 094
Likvida medel vid årets slut	Not 23	10 335	5 032

Moderbolagets resultaträkning	(Tkr)	Sep 2001- aug 2002	Jan 2001- aug 2001 (8 mån)
Nettoomsättning	Not 1,2	204 481	110 819
Övriga rörelseintäkter		3 173	860
		207 654	111 679
Rörelsens kostnader			
Handelsvaror		-93 508	-61 845
Övriga externa kostnader	Not 4	-40 761	-27 997
Personalkostnader	Not 3	-61 054	-37 001
Avskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar	Not 6,7,9,10	-9 724	-6 587
Omstruktureringskostnader		-	-3 600
Företagsanknutna SPP-medel		-	222
Vinst vid avyttring av fastighet		19 154	-
Rörelseresultat		21 761	-25 129
Resultat från finansiella investeringar			
Utdelning från andelar i dotterföretag		-	20 837
Ränteintäkter		1 221	1 185
Räntekostnader		-1 501	-2 945
Resultat efter finansiella poster		21 481	-6 052
Skatt på årets resultat	Not 5	-6 461	7 371
Årets resultat		15 020	1 319

Moderbolagets balansräkning	(Tkr)	02-08-31	01-08-31
TILLGÅNGAR			
Anläggningstillgångar			
<i>Immateriella anläggningstillgångar</i>			
Varumärken	Not 6	-	539
Hyresrätter	Not 7	13 592	16 006
		13 592	16 545
<i>Materiella anläggningstillgångar</i>			
Byggnader	Not 9	-	16 077
Inventarier och butiksinredning	Not 10	20 136	15 427
		20 136	31 504
<i>Finansiella anläggningstillgångar</i>			
Andelar i dotterföretag	Not 11	80 547	94 547
Fordringar hos koncernföretag	Not 22	103 351	71 088
Uppskjuten skattefordran	Not 20	12 134	18 575
Andra långfristiga fordringar		2 500	1 126
		198 532	185 336
Summa anläggningstillgångar		232 260	233 385
Omsättningstillgångar			
<i>Varulager</i>			
Handelsvaror		40 940	41 627
		40 940	41 627
<i>Kortfristiga fordringar</i>			
Kundfordringar		8 766	6 278
Fordringar hos koncernföretag		29 986	18 511
Övriga fordringar		6 568	4 122
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	Not 12	10 464	5 735
		55 784	34 646
<i>Kassa och bank</i>		1 408	952
Summa omsättningstillgångar		98 132	77 225
SUMMA TILLGÅNGAR		330 392	310 610

Moderbolagets balansräkning	(Tkr)	02-08-31	01-08-31
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Eget kapital	Not 13		
<u>Bundet eget kapital</u>			
Aktiekapital		30 018	30 018
Överkursfond		140 731	141 474
		170 749	171 492
<u>Fritt eget kapital/Ansamlad förlust</u>			
Ansamlad förlust		-7 137	-8 456
Årets resultat		15 020	1 319
		7 883	-7 137
Summa eget kapital		178 632	164 355
Avsättningar			
Avsättningar för omstruktureringskostnader		112	3 600
Summa avsättningar		112	3 600
Långfristiga skulder	Not 14		
Skulder till kreditinstitut		4 259	13 227
Checkräkningskredit	Not 15	99 858	58 465
Konvertibelt förlagslån	Not 16	-	22 795
Summa långfristiga skulder		104 117	94 487
Kortfristiga skulder			
Skulder till kreditinstitut		2 233	2 445
Konvertibelt förlagslån	Not 16	8 925	-
Leverantörsskulder		18 942	21 935
Skulder till koncernföretag		-	10 793
Övriga skulder		3 921	2 582
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	Not 17	13 510	10 413
Summa kortfristiga skulder		47 531	48 168
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		330 392	310 610
Ställda säkerheter	Not 18	121 856	144 356
Ansvarsförbindelser	Not 19	3 495	Inga

Moderbolagets kassaflödesanalys	(Tkr)	Sept 2001- aug 2002	Jan 2001- aug 2001 (8 mån)
Den löpande verksamheten			
Resultat efter finansiella poster		21 481	-6 052
Justering för poster som ej ingår i kassaflödet		-9 718	6 922
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapital		11 763	870
Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital			
Varulager		687	-11 349
Rörelsefordringar		-21 138	-18 675
Rörelseskulder		-9 562	20 474
Kassaflöde från den löpande verksamheten		-18 250	-8 680
Investeringsverksamheten			
Förvärv av dotterbolag		-	-6 750
Avyttring av dotterbolag		14 000	-
Förvärv av övriga anläggningstillgångar		-11 981	-23 107
Förändring av långfristiga fordringar		-33 637	-70 535
Försäljning av anläggningstillgångar		36 000	100
Kassaflöde från investeringsverksamheten		4 382	-100 292
Finansieringsverksamheten			
Konvertibelt förlagslån		-13 870	-5 074
Förändring av långfristiga skulder		28 937	41 088
Nyemission		-743	72 302
Kassaflöde från finansieringsverksamheten		17 812	108 316
Årets kassaflöde		456	-656
Likvida medel vid årets början		952	1 608
Likvida medel vid årets slut	Not 23	1 408	952

Redovisningsprinciper

Årsredovisningen har upprättats enligt årsredovisningslagen och redovisningsrådets rekommendationer och uttalanden. Redovisningsprinciperna är oförändrade jämfört med föregående år.

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%

Leasingavtal

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

Uppskjuten skatt

rnb tillämpar från och med räkenskapsåret 2001 redovisningsrådets rekommendation om inkomstskatter fullt ut.

Noter till resultat- och balansräkning

Belopp är i Tkr där ej annat anges.

Not 1 Nettoomsättningens fördelning på geografiska marknader

Koncernen	Sep 2001- aug 2002	Jan 2001- aug 2001
Omsättning på respektive marknad		
Sverige	622 734	363 528
Norden exkl. Sverige	3 797	2 557
Central- och Östeuropa	6 727	4 339
	633 258	370 424

Moderbolaget

	Sep 2001- aug 2002	Jan 2001- aug 2001
Omsättning på respektive marknad		
Sverige	200 685	108 262
Norden exkl. Sverige	3 796	2 557
	204 481	110 819

Not 2 Nettoomsättningens fördelning på franchisebutiker och egna butiker

Moderbolaget

	Sep 2001- aug 2002	Jan 2001- aug 2001
Omsättning		
egna butiker	171 527	92 432
Till franchisebutiker	32 954	18 387
	204 481	110 819

Not 3 Medelantalet anställda samt löner och ersättningar

Medelantalet anställda fördelade på kvinnor och män

Koncernen

	Sep 2001-aug 2002		Jan 2001-aug 2001	
	Totalt	Varav män	Totalt	Varav män
Sverige	342	119	339	115
Lettland	5	0	9	1
Estland	10	2	5	1
	357	121	353	117

Moderbolaget

	Sep 2001-aug 2002		Jan 2001-aug 2001	
	Totalt	Varav män	Totalt	Varav män
Sverige	158	16	132	15
	158	16	132	15

Löner, andra ersättningar och sociala kostnader

Koncernen

	Sep 2001-aug 2002			Jan 2001-aug 2001		
	Styrelse och VD	Övriga anställda	Totalt	Styrelse och VD	Övriga anställda	Totalt
Löner och andra ersättningar	1 633	95 539	97 172	4 302	60 969	65 271
Sociala kostnader	475	34 460	34 935	1 539	21 495	23 034
Pensionskostnader	169	5 523	5 692	137	3 327	3 464
	2 277	135 522	137 799	5 978	85 791	91 769

Moderbolaget

	Sep 2001-aug 2002			Jan 2001-aug 2001		
	Styrelse och VD	Övriga anställda	Totalt	Styrelse och VD	Övriga anställda	Totalt
Löner och andra ersättningar	1 202	38 265	39 467	3 580	24 612	28 192
Sociala kostnader	394	15 424	15 818	1 322	8 845	10 167
Pensionskostnader	77	2 080	2 157	90	1 021	1 111
	1 673	55 769	57 442	4 992	34 478	39 470

Till verkställande direktören Christel Kinning har utgått lön under räkenskapsåret om sammanlagt 956 Tkr. För verkställande direktören gäller en uppsägningstid på 12 månader vid uppsägning från bolagets sida respektive 6 månader från verkställande direktörens sida. Verkställande direktören har sedvanliga pensionsvillkor motsvarande ITP-planen. Styrelseordförande Mikael Solberg har erhållit styrelsearvode om 80 Tkr under räkenskapsåret. Därutöver har Mikael Solberg biträtt rnb i olika projekt. För dessa tjänster har ett bolag, ägt av Mikael Solberg, fakturerat 350 Tkr i konsultarvode under räkenskapsåret. Styrelseordförande Mikael Solberg är från och med 2002-11-01 anställd i bolaget. Som ersättning för denna anställning utgår en lön med 1.100 Tkr per år. Uppsägningstiden är 12 månader vid uppsägning från bolagets sida respektive 6 månader från Solbergs sida. Utöver sedvanliga pensionsutfästelser motsvarande ITP-planen, kommer bolaget att betala en årlig premie för pensionsförsäkring motsvarande 1,5 basbelopp. Övriga ledande befattningshavare har en uppsägningstid från bolagets sida om 3 till 12 månader och har rätt till tjänstepension enligt ITP-planen.

Not 4 Ersättning till revisorer

Koncernen	Sep 2001- aug 2002	Jan 2001- aug 2001
Revisionsuppdrag		
Ernst & Young AB	775	930
Ernst & Young AB, prospektgranskning	-	362
	775	1 292
Andra uppdrag	Sep 2001- aug 2002	Jan 2001- aug 2001
Ernst & Young AB	311	606
	311	606
Moderbolaget		
	Sep 2001- aug 2002	Jan 2001- aug 2001
Revisionsuppdrag		
Ernst & Young AB	312	520
Ernst & Young AB, prospektgranskning	-	362
	312	882
Andra uppdrag	Sep 2001- aug 2002	Jan 2001- aug 2001
Ernst & Young AB	311	606
	311	606

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. Allt annat är andra uppdrag.

Not 5 Skatt på årets resultat

Koncernen	Sep 2001- aug 2002	Jan 2001- aug 2001
Aktuell skatt	-	-
Uppskjuten skatt	-7 795	14 267
	-7 795	14 267
Moderbolaget	Sep 2001- aug 2002	Jan 2001- aug 2001
Aktuell skatt	-	-
Uppskjuten skatt	-6 461	7 371
	-6 461	7 371

Not 6 Varumärken

Koncernen	02-08-31	01-08-31
Ingående anskaffningsvärde	8 075	8 075
Årets anskaffningar	392	-
Utgående ackumulerat anskaffningsvärde	8 467	8 075
Ingående avskrivningar	-7 536	-6 460
Årets avskrivningar	-539	-1 076
Utgående ackumulerade avskrivningar	-8 075	-7 536
Utgående planenligt restvärde	392	539
Moderbolaget	02-08-31	01-08-31
Ingående anskaffningsvärde	8 075	8 075
Utgående ackumulerat anskaffningsvärde	8 075	8 075
Ingående avskrivningar	-7 536	-6 460
Årets avskrivningar	- 539	- 1 076
Utgående ackumulerade avskrivningar	-8 075	-753
Utgående planenligt restvärde	0	539

Not 7 Hyresrätter

Koncernen	02-08-31	01-08-31
Ingående anskaffningsvärde	47 194	48 164
Årets anskaffningar	4 742	230
Årets försäljningar	-225	-1 200
Utgående ackumulerat anskaffningsvärde	51 711	47 194
Ingående avskrivningar	-18 382	-15 593
Årets försäljningar	52	180
Årets avskrivningar	-4 728	-2 969
Utgående ackumulerade avskrivningar	-23 058	-18 382
Utgående planenligt restvärde	28 653	28 812
Moderbolaget	02-08-31	01-08-31
Ingående anskaffningsvärde	25 275	25 275
Årets anskaffningar	200	-
Årets försäljningar	-125	-
Utgående ackumulerat anskaffningsvärde	25 350	25 275
Ingående avskrivningar	-9 269	-7 583
Årets försäljningar	52	-
Årets avskrivningar	-2 541	-1 686
Utgående ackumulerade avskrivningar	-11 758	-9 269
Utgående planenligt restvärde	13 592	16 006

Not 8 Goodwill

Koncernen	02-08-31	01-08-31
Ingående anskaffningsvärde	65 919	65 919
Utgående ackumulerat anskaffningsvärde	65 919	65 919
Ingående avskrivningar	-12 201	-10 065
Årets avskrivningar	-3 201	-2 136
Utgående ackumulerade avskrivningar	-15 402	-12 201
Utgående planenligt restvärde	50 517	53 718

Not 9 Byggnader och mark

Koncernen och moderbolaget	02-08-31	01-08-31
Ingående anskaffningsvärde	16 429	-
Årets inköp	-	16 429
Årets försäljning	-16 429	-
Utgående ackumulerat anskaffningsvärde	0	16 429
Ingående avskrivningar	-352	-
Årets avskrivningar	-	-352
Årets försäljning	352	-
Utgående ackumulerade avskrivningar	0	-352
Utgående planenligt restvärde	0	16 077
Taxeringsvärde fastighet	-	15 619

Not 10 Inventarier och butiksinredning

Koncernen	02-08-31	01-08-31
Ingående anskaffningsvärde	106 837	106 345
Årets anskaffningar	31 706	10 884
Årets försäljningar och utrangeringar	-15 636	-10 392
Utgående ackumulerat anskaffningsvärde	122 907	106 837
Ingående avskrivningar	-70 426	-66 148
Årets försäljningar och utrangeringar	14 432	5 297
Årets avskrivningar	-15 967	-9 575
Utgående ackumulerade avskrivningar	-71 961	-70 426
Utgående planenligt restvärde	50 946	36 411

Moderbolaget	02-08-31	01-08-31
Ingående anskaffningsvärde	31 630	29 992
Årets inköp	11 389	6 678
Årets försäljningar	-1 480	-5 040
Utgående ackumulerat anskaffningsvärde	41 539	31 630
Ingående avskrivningar	-16 203	-17 334
Årets försäljningar	1 203	4 603
Årets avskrivningar	-6 403	-3 472
Utgående ackumulerade avskrivningar	-21 403	-16 203
Utgående planenligt restvärde	20 136	15 427

Not 11 Andelar i dotterföretag

Moderbolaget	02-08-31	01-08-31
Ingående bokfört värde	94 547	87 797
Årets anskaffningar	-	6 750
Årets försäljning	-14 000	-
Utgående bokfört värde	80 547	94 547

Bolag	Antal	Kapitalandel	Bokfört värde
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%	-
Teryp Trading AB	7 500	100%	-
Björk Skogh AB	1 000	100%	-
Blombergs Mode AB	100 000	100%	-
Blombergs herrmodebutiker AB	2 000	100%	-
Solo Kläder Co AB	1 020	100%	-
Marks Menswear SIA	-	100%	-
SIRTIGER OU	-	100%	-
Bokfört värde			80 547

Kapitalandel och rösträttsandel överensstämmer i samtliga bolag.

Uppgifter om dotterföretagens och dotterdotterföretags organisationsnummer och säte

Bolag	Org nr	Säte
Kimoda AB	556575-8926	Stockholm
Portwear AB	556188-7513	Stockholm
Portwear Retail AB	556541-8778	Stockholm
Saks Retail AB	556477-8263	Stockholm
Teryp Trading AB	556431-9621	Stockholm
Björk Skogh AB	556428-7331	Stockholm
Blombergs Mode AB	556313-2033	Stockholm
Blombergs herrmodebutiker AB	556062-5922	Stockholm
Solo Kläder Co AB	556489-3591	Stockholm
Marks Menswear SIA	40003279602	Riga, Lettland
SIRTIGER OU	10466573	Tallin, Estland

Not 12 Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter

Koncernen	02-08-31	01-08-31
Förutbetalda hyror	6 668	5 393
Förutbetalda övriga kostnader	11 749	6 314
Upplupna intäkter	2 752	1 602
	21 169	13 309

Moderbolaget	02-08-31	01-08-31
Förutbetalda hyror	2 049	1 819
Förutbetalda övriga kostnader	8 086	3 307
Upplupna intäkter	329	609
	10 464	5 735

Not 13 Förändring av eget kapital

Koncernen	Aktie- kapital	Bundna reserver	Fria reserver	Totalt
Belopp vid årets ingång	30 018	141 496	-30 047	141 467
Nyemissionskostnader		-743		-743
Förskjutning mellan bundna och fria reserver		2 397	-2 397	0
Omräkningsdifferens			-19	-19
Årets resultat			12 318	12 318
Belopp vid årets utgång	30 018	143 150	-20 415	153 023

Moderbolaget	Aktie- kapital	Överkurs- fond	Fritt eget kapital	Totalt
Belopp vid årets ingång	30 018	141 474	-7 137	164 355
Nyemissionskostnader		-743		-743
Årets resultat			15 020	15 020
Belopp vid årets utgång	30 018	140 731	7 883	178 632

Aktiekapitalet består 2002-08-31 av 7.504.437 aktier á nominellt 4 kronor.

Samtliga aktier är stamaktier med undantag för två preferensakteier utgivna med särskilda villkor enligt följande. 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.

Not 14 Långfristiga skulder

Samtliga skulder förfaller inom 5 år efter balansdagen.

Not 15 Checkräkningskredit**Koncernen**

Beviljade checkräkningskrediter uppgår per 2002-08-31 till 149,0 Mkr. (2001-08-31 beviljat 143,5 Mkr.)

Moderbolaget

Moderbolaget har beviljats en checkräkningskredit om 129,0 Mkr. Se not 22.

Not 16 Konvertibelt förlagslån**Koncernen och moderbolaget**

20 juli 2000 registrerade PRV ett konvertibelt förlagslån 2000/2002 om 14.000 Tkr 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 föregående räkenskapsår konverterades 5.075 Tkr av förlagslånet. Efter full konvertering av utestående konvertibler kan antalet aktier öka med 446.260 och aktiekapitalet med 1.785.040 kronor. Lånet löper med en ränta om 5%.

Förlagslånet 2000/2001 om 13.869 Tkr återbetalades i sin helhet 2001-09-30.

Not 17 Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter

Koncernen	02-08-31	01-08-31
Upplupna semester- och löneskulder	14 477	13 051
Upplupna sociala avgifter	9 013	7 940
Övriga upplupna kostnader	5 859	4 565
	29 349	25 556

Moderbolaget	02-08-31	01-08-31
Upplupna semester- och löneskulder	6 344	5 362
Upplupna sociala avgifter	3 668	3 195
Övriga upplupna kostnader	3 498	1 856
	13 510	10 413

Not 18 Ställda säkerheter**Koncernen**

För skulder till kreditinstitut och checkräkningskrediter	02-08-31	01-08-31
Företagsinteckningar	118 170	118 170
Fastighetsinteckningar	-	22 500
Aktier i dotterbolag	45 679	54 798
	163 849	195 468

Moderbolaget

För skulder till kreditinstitut och checkräkningskrediter	02-08-31	01-08-31
Företagsinteckningar	48 150	48 150
Fastighetsinteckningar	-	22 500
Aktier i dotterbolag	73 706	73 706
	121 856	144 356

Not 19 Ansvarsförbindelser

Koncernen	02-08-31	01-08-31
Övriga ansvarsförbindelser	-	432
	-	432

Moderbolaget	02-08-31	01-08-31
Borgen för dotterbolag	3 495	-
	3 495	-

Not 20 Uppskjuten skattefordran**Koncernen**

Uppskjuten skattefordran i koncernbalansräkningen uppgår till 32.056 Tkr och består av följande poster:

Uppskjuten skatt på obeskattade reserver	-3 864
Uppskjuten skatt på koncernmässiga justeringar	280
Uppskjuten skatt på framtida underskottsavdrag	35 640
	32 056

Moderbolaget

Uppskjuten skattefordran i moderbolagets balansräkning uppgår till 12.134 Tkr 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
September 2001 - augusti 2002	82 184	27 279

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

Avgifter som förfaller	Koncernen	Moderbolaget
September 2002 - augusti 2003	76 250	26 255
September 2003 - augusti 2004	57 303	18 864
September 2004 - augusti 2005	42 970	13 472
Efter augusti 2005	63 931	17 253

Not 22 Fordringar hos koncernföretag**Moderbolaget**

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

Not 23 Likvida medel i kassaflödesanalys

Likvida medel i kassaflödesanalysen består av kassa- och bankmedel.

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 september 2001 – 31 augusti 2002. 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, disponerar vinsten i moderbolaget enligt förslaget i förvaltningsberättelsen och beviljar styrelsens ledamöter och verkställande direktören ansvarsfrihet för räkenskapsåret.

Stockholm den 11 december 2002

Olle Andersson
Auktoriserad revisor

Lars Jernberg
Auktoriserad revisor

STYRELSE, LEDANDE BEFATTNINGSHAVARE OCH REVISORER

STYRELSEN

Mikael Solberg

Saltsjöbaden, f 1962

Styrelseordförande

Arbetande ordförande i rnb från
november 2002.

Ledamot i rnbs styrelse sedan 1996.

Andra styrelseuppdrag: Styrelseledamot i
bl.a. Tryckeri AB Knappen, IP Unplugged AB.
Aktieinnehav i rnb: 945 284 aktier via bolag.

Andreas Falkenmark

Stockholm, f 1955

VD KF Svenska Detaljhandel AB.

Ledamot i rnbs styrelse sedan 2000.

Andra styrelseuppdrag: Styrelseledamot i
Parkaden AB.

Aktieinnehav i rnb: 0 aktier.

Claes Hansson

Lidköping, f 1957

Vice styrelseordförande

Ekonomidirektör i AB Westergyllen.

Ledamot i rnbs styrelse sedan 2000.

Andra styrelseuppdrag: Styrelseledamot i ett
flertal av Westergyllens dotterbolag.

Aktieinnehav i rnb: 200 aktier.

Hans Risberg

Djursholm, f 1948

Partner i Ledstiernan sedan 1995.

Ledamot i rnbs styrelse sedan 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.

Jan Nord

Lidingö, f 1955

Partner i Brand Management AB

Ledamot i rnbs styrelse sedan 2000.

Andra styrelseuppdrag: Styrelseordförande
i Logical Hospitality Systems AB.
Aktieinnehav i rnb: 57.000 aktier.

Lena Brandell

Upplands Väsby, f 1944

Suppleant

Arbetsstagarrepresentant Handelstjänste-
mannaförbundet.

Aktieinnehav i rnb: 0 aktier.

Eva Eriksson

Sundbyberg, f 1957

Arbetsstagarrepresentant Handelstjänste-
mannaförbundet.

Aktieinnehav i rnb: 0 aktier.

Anders Slettengren

Lidingö, f 1968

Investment Manager i NovAx AB.

Ledamot i rnbs styrelse sedan 2002.

Andra styrelseuppdrag: Styrelseledamot i We
International AB och styrelsesuppleant i
Backemarks Grafiska AB.

Aktieinnehav i rnb: 0 aktier

Patrik Bångeri

Hammarö, f 1964

Partner, AvonTen Diligence.

Ledamot i rnbs styrelse sedan 2000.

Aktieinnehav i rnb: 0 aktier

KONCERNLEDNING

NAMN	FÖDD	BEFATTNING	ANSTÄLLD	AKTIEINNEHAV
				PER 2002-11-29
Mikael Solberg	1962	Arbetande styrelseordförande	2002	945 284 ¹⁾
Christel Kinning	1962	Verkställande direktör	1996	124 439
Göran Blomberg	1962	Ekonomi- och finanschef	1998	107 786 ¹⁾
Nils Vinge	1961	IT- och logistikchef	2002	7 000
Roger Kylberg	1968	Inköpschef	1997	0

ÖVRIGA LEDANDE BEFATTNINGSHAVARE

NAMN	FÖDD	BEFATTNING	ANSTÄLLD	AKTIEINNEHAV
				PER 2002-11-29
Henry Metzger	1953	Etableringsansvarig	2000	100 439
Claes Heurlin	1967	Inköpschef egna varumärken	2002	0
Ethna Yourell Högberg	1959	Affärsområdeschef	1999	12 500
Jan Eriksson	1962	Affärsområdeschef	1990	1 200
Roger Johansson	1964	Affärsområdeschef	1999	0
Sebastian Tagebjer	1968	Affärsområdeschef	1998	0

1) Eget innehav samt ägd andel via bolag

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.

BOLAGSSTÄMMA

Ordinarie bolagsstämma hålls torsdagen den 23 januari 2003 kl. 17.00 i bolagets lokaler på Sandhamnsgatan 81, Stockholm.

Deltagande

Rätt att delta i bolagsstämman har aktieägare som är införd i den av Värdepapperscentralen VPC AB förda aktieboken senast måndagen den 13 januari 2003. Dessutom skall anmälan göras till bolaget senast måndagen den 20 januari 2003 under adressen rnb Retail and Brands AB, Box 27836, 115 93 Stockholm.

Förvaltarregistrerade aktier

För rätt att delta 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 13 januari 2003.

Utdelning

Styrelsen föreslår att ingen utdelning skall lämnas för räkenskapsåret 1 september 2001 – 31 augusti 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.

KOMMANDE INFORMATIONSTILLFÄLLEN

Delårsrapport för 1 september 2002 – 30 november 2002

23 januari 2003

Delårsrapport för 1 september 2002 – 28 februari 2003

11 april 2003

Delårsrapport för 1 september 2002 – 31 maj 2003

27 juni 2003

Bokslutskommuniké för 1 september 2002- 31 augusti 2003

24 oktober 2003

Årsredovisning för 1 september 2002- 31 augusti 2003

December 2003



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