Bokslutskommuniké för New Wave Group AB (publ)

Januari–December 2002



Resultatet efter finansnetto ökade med 45 procent!

- Resultatet efter finansnetto för 4:e kvartalet ökade med 89 procent till 86,1 (45,6) Mkr och försäljningen ökade med 58 procent till 578,5 (366,6) Mkr.
- Resultatet efter finansnetto ökade med 45 procent till 145,1 (100,1) Mkr.
- Under januari–december 2002 ökade New Waves försäljning med 32 procent till 1.687,3 (1.278,2) Mkr.
- Resultat och omsättning ökade för 12:e året i rad, snittökningen för de tolv åren har varit 44 procent respektive 41,3 procent.
- Kassaflödet var 156,9 Mkr före investeringar och 3,3 Mkr efter där förvärv av dotterbolag ingår med 111,4 Mkr.
- Affärsområde Profils försäljning ökade med 24 procent till 1.044,8 (841,1) Mkr. Resultat efter finansiella poster ökade med 36 procent och uppgick till 103,3 (75,8) Mkr.
- Affärsområde Detaljhandels försäljning ökade med 50 procent till 642,5 (428,4) Mkr. Resultatet efter finansnetto ökade med 73 procent och uppgick till 41,8 (24,2) Mkr.
- New Wave bedömer att bolaget har tagit marknadsandelar på samtliga marknader.
- För 2003 förväntas omsättningen överstiga 2.000 Mkr och resultatet fortsätta öka.
- New Wave ökar tillväxttakten efter en mycket stark avslutning på 2002 och en bra start på 2003, genom etableringar på nya marknader, etableringar av nya varumärken på befintliga marknader och förvärv.
- Styrelsen har beslutat föreslå bolagsstämman en höjning av utdelning till 1,75 (1,50) kr per aktie motsvarande 25,4 Mkr.

New Wave Group satsar på Idrottssverige!



SPONSRING AV SKIDÅKARE

Craft of Scandinavia, ett av New Waves helägda dotterbolag, levererar alla tränings- och tävlingskläder till det svenska skidlandslaget. Utveckling av Crafts funktionsplagg för skidåkning sker i samarbete med några av Sveriges främsta elitskidåkare, som Mathias Fredriksson och Per Elofsson. Craft är också en av huvudsponsorerna av Vasaloppet.

Även Seger Europe, ett annat av New Waves dotterbolag, sponsrar svenska skidåkare. Det alpina skidlandslaget tävlar och tränar i mössor och andra stickade produkter som tillverkas av Seger.

ORIENTERINGSSAMARBETE

Craft kommer under 2003 att påbörja ett samarbete med Svenska Orienteringsförbundet och presenterar därmed nästa generations orienteringskläder.

AVTAL MED SVENSKA FOTBOLLFÖRBUNDET

I somras slöts ett avtal mellan Svenska Fotbollförbundet och New Waves dotterbolag Seger United och Craft of Scandinavia. Seger och Craft ska under de kommande sex åren leverera alla sport- respektive underkläder till samtliga svenska fotbollslandslag och till Svenska Fotbollförbundet.



FÖRSÄLJNING

Under 2002 ökade New Waves försäljning med 32 procent till 1.687,3 (1.278,2) Mkr. Vid jämförbara valutakurser uppgick försäljningen till 1.685,6 Mkr, dvs en påverkan på 1,7 Mkr. För 4:e kvartalet ökade försäljningen med 58 procent till 578,5 (366,6) Mkr.

Försäljningen ökade med 23 procent för affärsområde Profil och med 40 procent för affärsområde Detaljhandel. Försäljningen på den svenska marknaden ökade med 29 procent och uppgick till 965,8 (750,7) Mkr. Försäljningen på de utländska marknaderna ökade med 37 procent och uppgick till 721,5 (527,5) Mkr.

RESULTAT

Under 2002 ökade resultatet efter finansiella poster med 45 procent och uppgick till 145,1 (100,1) Mkr. Motsvarande resultat ökade under 4:e kvartalet med 89 procent till 86,0 (45,6) Mkr.

Resultatet efter finansiella poster har påverkats positivt med 13,0 Mkr av de förvärvade enheterna, varav Lensen-koncernen (Toppoint) bidrog med 9,8 Mkr.

Bruttovinstmarginalen ökade jämfört med föregående år och uppgick till 44,2 (41) procent. Denna förbättring jämfört med föregående år är främst hänförlig till högre bruttovinster för New Wave genom generellt bättre inköpspriser och förbättrad logistik. Förbättringen är också hänförlig till att en stor del av Crafts och Texets försäljning utanför Sverige går genom agenter som endast bidrar med provisionsintäkter och ingen försäljningsomsättning. Även Lensen Beheer (Toppoint), som har produktion i form av tryck på pennor, muggar, väskor och nyckelringar, bidrar naturligt med en högre bruttomarginal. Det beror på att kostnaden för personal i produktionen redovisas som personalkostnad. Således ingår inte denna kostnad i kostnaden för sålda varor. Detsamma gäller Segerkoncernen, som själva producerar delar av omsättningen i form av mössor och strumpor.

Koncernens externa kostnader som en andel av omsättningen ökade och uppgick till 16,9 (16,5) procent av koncernens omsättning. Kostnaderna för personal ökade och uppgick till 14,4 (12,7) procent av koncernens omsättning. De ökade kostnaderna beror delvis på att New Wave nu äger produktion som är mer kostnads- och personalintensiv, men som i gengäld genererar högre bruttovinst. En annan orsak är de marknadsinvesteringar som New Wave gör för fortsatt expansion.

Avskrivningarna har ökat med 10,9 Mkr till 36,7 Mkr. 4,3 Mkr av ökningen avser goodwill-avskrivningar och 6,6 Mkr övriga anläggningstillgångar som till största delen avser förvärvade enheter.

AFFÄRSOMRÅDE PROFIL

Under 2002 ökade affärsområdets försäljning med 24 procent till 1.044,8 (841,1) Mkr. Resultatet efter finansiella poster ökade med 36 procent och uppgick till 103,4 (75,8) Mkr. Profilmarknaden har krympt under 2002 och New Wave bedömer att man har tagit marknadsandelar på samtliga marknader. Under 2003 kommer New Wave att öka den organiska tillväxten i Europa genom etablering av ytterligare profilmärken på befintliga marknader.

AFFÄRSOMRÅDE DETALJHANDEL

Under 2002 ökade affärsområdets försäljning med 50 procent till 642,5 (428,4) Mkr. Resultatet efter finansnetto för affärsområde Detaljhandel ökade med 73 procent och uppgick till 41,8 (24,2) Mkr. Den positiva resultatutvecklingen gör att New Wave kan öka tillväxten i Europa och på ställen där det t ex för Craft ser väldigt positivt ut för 2003.

GEOGRAFISK FÖRDELNING

Sverige

I Sverige har försäljningen ökat med 29 procent till nästan 1.000,0 Mkr. Sverige är det land där New Wave säljer under flest varumärken, har den bredaste produktportföljen samt de mest välutvecklade koncepten. New Wave är marknadsledande inom profil och Craft har haft ett stort genombrott under 2002.

Tyskland

I Tyskland har försäljningen ökat med 37 procent jämfört med föregående år. Lensen-koncernen, som New Wave konsoliderar sedan den 1 juli 2002, ingår med 17,7 Mkr genom sitt tyska dotterbolag. Den svaga konjunkturen i Tyskland har gjort att marknaden har minskat, men New Wave fortsätter att ta marknadsandelar. Det innebär dock att tillväxten har varit lägre än förväntat. I Tyskland säljer New Wave Toppoints produkter, profilmärkena New Wave och Clique samt Craft genom dotterbolag. Crafts utveckling 2003 ser ut att bli mycket bra.

Danmark

I Danmark har försäljningen ökat med 10 procent jämfört med föregående år. Marginalerna har utvecklats bra, men de externa kostnaderna och personalkostnaderna har ökat som en följd av en något lägre försäljningstillväxt än väntat. I Danmark säljer New Wave via ett eget dotterbolag varumärkena Clique, New Wave och Craft.

Norge

I Norge har försäljningen ökat med 16 procent jämfört med föregående år. Marginalerna har utvecklats bra. I Norge säjer New Wave varumärkena New Wave, Clique, Craft, James Harvest Sportswear och Printer Active Wear via egna dotterbolag.

Finland

I Finland har försäljningen ökat med 19 procent jämfört med föregående år. De externa kostnaderna och personalkostnaderna har ökat till en följd av att Finland har fört in fler koncept (Mac One och Jingham m fl). Detta är en marknadsinvestering för framtida tillväxt. Resultatet efter finansiella poster är trots detta bättre än föregående år.

Italien

I Italien har försäljningen ökat med 10 procent jämfört med föregående år till 94 Mkr, vilket är bra då endast New Wave, Clique och Craft har lanserats där hittills. Resultatet efter finansiella poster är också bättre.

Spanien

I Spanien har försäljningen ökat med 14 procent jämfört med föregående år, vilket är mycket positivt efter de förluster som drabbade Spanien tidigare år efter bl a oegentligheter i ledningen. Bolaget bidrar nu åter med ett positivt resultat. Dotterbolaget i Spanien säljer varumärkena New Wave och Clique.

Benelux

Benelux-länderna har ökat markant i betydelse tack vare förvärvet av X-Tend B.V. och Lensen Beheer B.V. och kommer att vara New Waves näst största marknad efter Sverige under 2003. Försäljningen för New Wave Sportswear B.V. har ökat med 6 procent jämfört med föregående år. De externa kostnaderna och personalkostnaderna har ökat som en följd av lägre försäljning än väntat, vilket har lett till en något lägre vinst. Koncernledningen räknar dock med en kraftig tillväxt i New Wave Sportswear B.V. genom ökad fokusering och synergier med Lensen Beheer B.V (Toppoint). En ny VD har anställts per 1 februari 2003. Hans uppgift är att se till att bolaget når New Waves tillväxt och avkastningsmål. Lensen Beheer B.V. kommer under 2003 att börja sälja D&J Frantextils produkter i Benelux. X-Tend B.V. har också börjat lansera New Waves varumärken Mac One och Jingham.

Storbritannien

Utvecklingen i Storbritannien har varit bekymmersam. Trots det är försäljningen i nivå med föregående år. New Wave har sedan i somras ökat fokuseringen på New Wave Sportswear Ltd och Torsten Jansson, CEO i New Wave Group AB, har gått in som t.f. VD. En ny vVD har anställts från och med årsskiftet och kommer under första halvåret att fasas in i bolaget för att därefter ta över VD-rollen.

Resultatet i England innebär en avsevärd belastning på New Waves år 2002. En kraftig resultatförbättring förväntas redan år 2003.

Frankrike

I Frankrike har försäljningen ökat med 20 procent jämfört med föregående år och resultatet har förbättrats något. Bolaget har anställt en ny försäljningschef. VD är Mario Bianco, som också är VD för New Waves dotterbolag i Italien.

Övrigt

En stor del av exporten av Craft till detaljhandeln samt James Harvest Sportswear och Printer Active Wear till profil sker via distributörer. Distributörerna debiteras royalty på varans inköpsvärde. Värdet som dessa varor säljs för bedöms i återförsäljarledet vara 250 Mkr. Dessa räknas inte med i New Waves omsättning.

MARKNADEN TOTALT

New Wave bedömer att man har tagit marknadsandelar i samtliga länder. New Wave avslutade 2002 starkt och har påbörjat januari mycket bra. Generellt är dock första kvartalet svagt för profilbranschen.

FRANTEXTIL

New Wave förvärvade under 2002 samtliga aktier i Frantextil-koncernen, vilken konsolideras fr o m den 1 januari 2002. Koncernen är verksam främst inom Sverige som leverantör av hemtextilier och frotté till detaljhandeln samt som grossist av presentreklam och frotté inom profilmarknaden.

Synergier:

Inom Frantextil-koncernen har New Wave hittat bolag som kompletterar den övriga koncernens utbud med frotté, hemtextilier, företagspresenter och gåvor. Det innebär att New Wave kan erbjuda kunderna ett mer komplett sortiment. Toppoint (Se Lensen-Koncernen nedan!) kommer under 2003 att lansera Frantextil-koncernens produkter på sina hemmamarknader, vilket väntas ge betydande merförsäljning.

X-TEND

New Wave har den 30 juli 2002 förvärvat 51 procent av aktierna i X-Tend B.V. i Nederländerna. X-Tend har sedan 10 år tillbaka distribuerat varumärket CRAFT i Benelux. Förvärvspriset motsvaras av aktiernas andel av bolagets eget kapital och resterande aktier ägs av bolagets ledning. New Wave har en option att om 5 år förvärva resterande 49 procent av aktierna i bolaget för en köpeskilling som baseras på bolagets resultat under åren 2004–2006.

New Wave har introducerat profilklädeskonceptet MacOne/Jingham genom X-Tend B.V. under december 2002.

X-Tend omsatte under 2002 26 Mkr. X-Tend konsolideras från och med den 1 augusti 2002 med en marginell resultatpåverkan på New Wave-koncernen.

LENSEN-KONCERNEN (TOPPOINT)

New Wave har den 2 augusti 2002 förvärvat Lensen-koncernen med dotterbolag, av grundaren Albert Lensen tillsammans med företagsledningen. New Wave äger motsvarande 75 procent och företagsledningen 25 procent. New Wave har rätt att förvärva resterande 25 procent efter utgången av 2005 för en resultatbaserad köpeskilling.

Lensen-koncernens verksamhet är koncentrerad på försäljning och produktion av ett brett sortiment av profil- och gåvoartiklar under varumärkena Toppoint och M-Pen. Lensen har en ledande position i Benelux och har även en stark marknadsposition i Tyskland, Frankrike, Storbritannien, Irland med flera länder. Koncernens omsättning var 205 Mkr för 2002. För närvarande har koncernen 170 anställda, varav merparten i Nederländerna.

Lensen Beheer B.V. har sex dotterbolag, samtliga aktiva på profilmarknaden.

Lensen-koncernen har konsoliderats från och med den 1 juli 2002.

Synergier:
Det är väldigt lite överlappningar av marknader eller produkter mellan Lensen-koncernen och New Wave. New Wave räknar därför med stora synergier inom försäljning, marknadsföring och distribution. Toppoints produkter har lanserats i Sverige under januari 2003 och väckt ett stort intresse från nya och befintliga New Wave-kunder.

ASIEN

New Wave har inköpskontor i Kina och Bangladesh med 12 respektive 22 anställda. De bär ett stort ansvar för att bevaka kvalitén under produktionen samt att se till så att leverantörerna lever upp till de krav New Wave har på sina leverantörer genom en så kallad ”Code of conduct”. Under 2003 kommer New Wave att starta ett dotterbolag för tradingverksamhet mot europeiska storkunder samt etablera ett dotterbolag i Shanghai för försäljning av koncernens profilprodukter på den kinesiska marknaden.

LOGISTIK

Byggnationen av det nya centrallagret i Dingle är nu slutförd och lagret kommer att vara i full drift under andra halvan av 2003. Lagret är tullfritt och kommer i huvudsak att vara reservlager för märkena New Wave och Clique – New Waves stora profilvarumärken i Europa. Tack vare det nya lagret kan New Wave reducera kostnaden för externa lager och förbättra servicen till dotterbolagen i Europa – något som i sin tur ger lägre kapitalbindning på de enskilda lagren och bättre service till kunderna.

PROFILMARKNADEN

Profilmarknaden är en fragmenterad och ganska omogen marknad över hela Europa, med några få större företag och många små. New Waves målsättning är att genom stordriftsfördelar inom design och produktutveckling, inköp, logistik, marknadsföring och service till kunderna leda utvecklingen och skapa en stabil bas över hela Europa. Genom de etableringar som New Wave har gjort av främst varumärkena Clique & New Wave i tio olika länder i Europa har nu basen lagts för ytterligare organisk expansion. Detta sker genom att ytterligare några av koncernens varumärken adderas på de befintliga marknaderna.

New Waves kunder är återförsäljare som i sin tur säljer till slutkund. Återförsäljarna säljer antingen profilkläder och/eller presentreklam och/eller arbetskläder. Genom de senaste förvärven (Sagaform, D&J och Toppoint) har New Wave breddat sig in i marknaden för hård presentreklam och kan på så sätt bli en mer heltäckande leverantör till sina kunder. New Wave ser också betydande skalfördelar på denna marknad, vilka kommer att utvecklas under 2003.

New Wave eftersträvar en mycket hög servicegrad gentemot återförsäljarna, där bl a leveranssäkerhet och kvalité är mycket viktigt. New Wave erbjuder också återförsäljarna ett helhetskoncept i form av e-handelslösning, marknadsföringslösningar, utbildning mm.

Då leveranssäkerheten är avgörande inom profilbranschen är New Waves varulager en del av affärsidén, där koncernen har som målsättning att leverera 98 procent av koncernens produkter inom 24 timmar. Logistiken är här avgörande för att minska kapitalbindningen, vilket New Wave har stärkt fokus på.

DETALJHANDELN

New Wave säljer textilprodukter, presenter och skor under såväl egna som licensierade varumärken till detaljhandeln. Stordriftsfördelar uppnås här ihop med profilmarknaden på inköp, design och logistik. New Wave är fokuserat på de mindre modekänsliga områdena, såsom Crafts funktionella underkläder och Segers stumpor. Sagaform är ett bra exempel på synergier mellan affärsområdena Detaljhandel och Profil. Året innan New Wave förvärvade Sagaform omsatte bolaget cirka 5,0 Mkr till profilmarknaden och 2002, ett år efter förvärvet, omsatte de 55,0 Mkr på motsvarande marknad. Detta uppnåddes genom att man förde ut delar av Sagaforms produkter till New Waves befintliga kunder samtidigt som man ökade försäljningen till detaljhandeln.

Craft förvärvades 1996 efter det att den andra konkursen var ett faktum. Bolaget har sedan dess genomgått en stor omstöpning mot en tydlig produktstrategi med fokusering på funktionella underkläder inom främst skidåkning, cykling och löpning. Under 2002 har Craft fått sitt verkliga genombrott. Craft är det detaljhandelsmärke som är spritt över flest länder inom affärsområdet Detaljhandel och har en kraftig expansionsstrategi genom breddning till ytterligare sporter och länder.

Seger gör en storsatsning på varumärket Umbro i Sverige genom att bli huvudsponsor till Sveriges fotbollslandslag från och med 1 januari 2003 och fem år framåt.

KAPITALBINDNING

Under perioden har kapitalbindningen av varor ökat med 42,1 Mkr till 605,2 (563,1) Mkr. De förvärvade bolag som ej ingick den 31 december 2001 (Frantextil, Toppoint och X-Tend) binder 66,1 Mkr i varulager. Således har övriga bolag minskat detsamma med 24,0 Mkr samtidigt som omsättningen har ökat med 183,1 Mkr. Kundfordringarna har ökat med 97,0 Mkr till 358,3 (261,3) Mkr. De förvärvade enheterna bidrog med 64,4 Mkr och övriga bolag med 32,6 Mkr. Det 4:e kvartalet står för 34 procent av koncernens försäljning, vilket gör det naturligt att kundfordringarna går upp vid årsskiftet.

REDOVISNINGSPRINCIPER
Samma redovisningsprinciper som föregående år har tillämpats, bortsett från den förändring som redovisas under eget kapital (Se balansräkningen i avsnittet Finansiell information!).

Övriga redovisningsrekommendationer som har trätt i kraft under året har ej påverkat bolagets redovisning.

SKATT
Utfallet av koncernens skattekostnad har påverkats av tidigare ej redovisade skattefordringar hänförliga till förlustavdrag på utländska dotterbolag. New Wave räknar med att skattefordran kommer att utnyttjas inom en överskådlig framtid.

INVESTERINGAR, FINANSIERING OCH LIKVIDITET
Koncernens kassapåverkande nettoinvesteringar i anläggningstillgångar uppgick under 2002 till 153,6 (–85,1) Mkr. Kassaflödet uppgick under 2002 före investeringar och företagsförvärv till 156,9 (94,5) Mkr och efter investeringar och företagsförvärv till 3,3 (9,4) Mkr. Likvida medel uppgick den 30 december 2002 till 14,2 Mkr, jämfört med 12,1 Mkr den 31 december 2001. Nettoskulden uppgick den 30 december 2002 till 629,0 Mkr, jämfört med 519,7 Mkr den 31 december 2001 – en ökning med 109,3 Mkr. Koncernen hade 1.100,0 Mkr i bekräftade kreditbegränsningar 31 december 2002.

PERSONAL OCH ORGANISATION
Antalet årsanställda den 31 december 2002 uppgick till 729 personer, att jämföras med 474 personer den 31 december 2001. Ökningen beror till största delen på förvärven av Frantextil, X-Tend och Lensen-koncernen.

UTSIKTERNA FÖR 2003
New Wave räknar med att koncernens omsättning och resultat kommer att fortsätta öka. Detta märktes inte minst under hösten, då det 4:e kvartalet var mycket starkt samtidigt som januari har börjat bra. Omsättningen 2003 beräknas uppgå till drygt 2.000 Mkr. Koncernen står väl rustad för en ökad efterfrågan, vilket kommer att ge en bra marginaleffekt när konjunkturen väl vänder. Prognosen för 2003 bygger på nuvarande konjunktur.

MODERBOLAGET
Försäljningen uppgick till 98,5 (95,1) Mkr. Resultatet efter finansiella poster uppgick till 50,2 (79,8) Mkr. Under januari–december 2002 ökade nettoupplåningen med 8,4 Mkr och nettoinvesteringarna uppgick till 109,4 (83,5) Mkr.

OPTIONSPROGRAM
New Wave har, efter bolagsstämmans beslut, utfärdat 300.000 optionsrätter för 2,50 kr per styck till ledande befattningshavare med rätt att teckna nya aktier (under perioden 1 juni–30 juni 2005) till det fastställda priset om 106,40 kronor (efter nu genomförd split). Teckningsoptioner till ett värde av 708.750 kr (motsvarande 94,5 procent) var överlåtna till ledande befattningshavare per den 31 december 2002.

BOLAGSSTÄMMA
Ordinarie bolagsstämma äger rum den 28 maj kl. 16.00 i Föreningssparbankens hörsal, Åsbogatan 8, Borås.

Årsredovisningen beräknas finnas tillgänglig för aktieägarna den 14 maj 2003 på bolagets huvudkontor.

UTDELNING
Styrelsen har beslutat föreslå en utdelning om 1,75 (1,50) kronor per aktie motsvarande 25,4 Mkr.

KALENDARIUM
- 29 april
  Delårsrapport för första kvartalet, Q1
- 28 maj
  Bolagsstämma i New Wave Group AB (publ)
- 12 augusti
  Delårsrapport för andra kvartalet, Q2
- 24 oktober
  Delårsrapport för tredje kvartalet, Q3
- 18 februari 2004
  Bokslutskommuniké för 2003
- 27 april 2004
  Delårsrapport för första kvartalet, Q1

Borås den 18 februari 2003
New Wave Group AB (publ)
Styrelsen

FÖR YTTERLIGARE INFORMATION KONTAKTA:
Verkställande direktör Torsten Jansson
Telefon: 0708-99 80 50, 0303-24 65 01
E-post: torsten.jansson@nwg.se

Vice verkställande direktör Göran Härstedt
Telefon: 0708-99 80 17, 0303-24 65 02
E-post: goran.harstedt@nwg.se

Finanschef Krister Magnusson
Telefon: 0708-99 80 21, 0303-24 65 11
E-post: krister.magnusson@nwg.se

Resultaträkningar

MKR	3 Mån OKT-DEC 2002	3 Mån OKT-DEC 2001	12 Mån JAN-DEC 2002	12 Mån JAN-DEC 2001
Nettoomsättning	**578,5**	**366,6**	**1 687,3**	**1 269,6**
Övriga intäkter	0,8	0,0	2,2	10,6*
Rörelsens kostnader				
Handelsvaror	-311,4	-193,0	-942,9	-755,2
Övriga externa kostnader	-87,5	-61,4	-284,5	-209,9
Personalkostnader	-76,7	-51,6	-243,2	-162,0
Avskrivning av materiella och immateriella anläggningstillgångar	-8,4	-8,2	-36,7	-25,5
Övriga kostnader	-0,2	0,0	-3,0	0,0
Rörelseresultat	**95,1**	**52,4**	**179,2**	**127,6**
Finansnetto	**-9,1**	**-6,8**	**-34,1**	**-27,5**
Resultat efter finansiella poster	**86,0**	**45,6**	**145,1**	**100,1**
Skatt på periodens resultat	-19,0	-11,3	-30,8	-16,7
Minoritetens andel av periodens resultat	-9,1	-3,0	-10,0	-1,6
Periodens resultat	**57,9**	**31,3**	**104,3**	**81,8**
Utspädning				
Resultat per aktie kr före utspädning	4,00	2,15	7,20	5,72
Resultat per aktie kr efter utspädning	3,94	2,12	7,12	5,65
Vägt antal aktier före utspädning	14 500 208	14 500 208	14 500 208	14 300 208
Vägt antal aktier efter utspädning	14 802 910	14 797 290	14 802 910	14 575 222

* Avser reavinst vid avyttring av dotterbolag samt valutakursvinster och realisationsvinster.

Kvartalsvisa resultaträkningar (Mkr)

	2002				2001				2000			
Kvartal	**Q1**	**Q2**	**Q3**	**Q4**	**Q1**	**Q2**	**Q3**	**Q4**	**Q1**	**Q2**	**Q3**	**Q4**
Nettoomsättning	327,6	411,2	370,0	578,5	267,8	329,6	314,2	358,0	207,6	323,3	251,2	281,3
Övriga intäkter	0,3	0,4	0,7	0,8	1,2	0,8	-	8,6	-	8,0	-	0,5
Handelsvaror	-190,9	-233,9	-206,7	-311,4	-166,4	-187,3	-208,6	-193,0	-131,1	-199,2	-155,5	-164,7
Bruttoresultat	**137,0**	**177,7**	**164,0**	**267,9**	**102,6**	**143,1**	**105,6**	**173,6**	**76,5**	**132,1**	**95,7**	**117,1**
Bruttovinst i %	**41,80%**	**43,20%**	**44,30%**	**46,30%**	**38,30%**	**43,20%**	**33,60%**	**47,40%**	**36,90%**	**39,90%**	**38,10%**	**41,60%**
Externa kostnader	-70,0	-55,4	-71,6	-87,5	-48,2	-48,7	-51,6	-61,4	-38,6	-47,5	-43,2	-45,2
Personalkostnader	-53,0	-52,7	-60,8	-76,7	-34,5	-35,9	-40,0	-51,6	-23,6	-32,7	-26,2	-31,7
Avskrivningar	-9,2	-8,0	-11,1	-8,4	-5,2	-5,5	-6,5	-8,2	-3,9	-5,1	-5,3	-5,5
Övriga kostnader	-0,4	-0,6	-1,8	-0,2	-	-	-	-	-	-	-	-
Rörelseresultat	**4,4**	**61,0**	**18,7**	**95,1**	**14,7**	**53,0**	**7,5**	**52,4**	**10,4**	**46,8**	**21,0**	**34,7**
Ränteintäkter	0,7	1,4	0,5	0,5	0,6	1,0	0,9	2,4	0,5	0,7	0,7	1,4
Räntekostnader	-8,0	-7,7	-11,9	-9,6	-6,5	-9,0	-7,7	-9,2	-3,6	-5,1	-5,5	-6,9
Resultat efter finansnetto	**-2,9**	**54,7**	**7,3**	**86,0**	**8,8**	**45,0**	**0,7**	**45,6**	**7,3**	**42,4**	**16,2**	**29,2**
Skatt	-0,6	-8,1	-3,1	-19,0	-0,9	-4,5	-	-11,3	-3,0	-11,9	-6,5	-8,7
Minoritetens andel	0,5	-0,4	-1,0	-9,1	-	0,2	1,2	-3,0	-0,4	0,2	-0,2	0,2
Periodens resultat	**-3,0**	**46,2**	**3,2**	**57,9**	**7,9**	**40,7**	**1,9**	**31,3**	**3,9**	**30,7**	**9,5**	**20,7**

Balansräkningar

MKR	31-DEC 2002	31-DEC 2001	31-DEC 2000	31-DEC 1999
Tillgångar				
Immateriella anläggningstillgångar	19,3	16,5	15,1	12,9
Goodwill	199,1	131,8	105,2	46,5
Övriga anläggningstillgångar	174,0	93,5	60,7	39,4
Varulager	605,2	563,1	519,8	275,8
Kundfordringar	358,3	261,3	178,6	137,6
Övriga kortfristiga fordringar	61,4	50,7	26,5	15,0
Likvida medel	14,2	12,1	42,3	41,8
Summa tillgångar	**1 431,5**	**1 129,0**	**948,2**	**569,0**
Summa skulder och eget kapital				
Eget kapital	511,2	434,8	346,8	198,8
Minoritetsintresse	31,9	22,5	1,2	1,2
Räntebärande skulder	643,2	531,8	470,1	290,5
Räntefria skulder	245,2	139,9	130,1	78,5
Summa skulder och eget kapital	**1 431,5**	**1 129,0**	**948,2**	**569,0**
Förändring i eget kapital				
Eget kapital	434,8	346,8	198,8	167,9
Effekt av byte av redovisningsprincip *	-8,6	-	-	-
Eget kapital efter byte av redovisningsprincip	426,2	-	-	-
Optionspremie	0,6			
Omräkningsdifferens	1,8	-	-	-
Nyemission	-	24,0	95,3	-
Resultat för perioden	104,3	81,7	64,7	36,6
Utdelning	-21,7	-17,7	-12,0	-5,7
Eget kapital	**511,2**	**434,8**	**346,8**	**198,8**

* Byte av redovisningsprincips påverkan utgörs av dels -3,8 Mkr som en effekt vid övergång till dagskursmetoden som ska tillämpas för självständiga utlandsverksamheter. Då redovisningssättet är en anpassning till den förändring som skett i bolagen har någon omräkning av jämförelsesiffrorna bakåt i tiden ej genomförts, samt -4,8 Mkr avseende anpassning till redovisningsrådets rekommendation *Nr.15 immateriella tillgångar*. Omräkning av jämförelsesiffrorna har ej gjorts, då denna information är av ringa betydelse.Övriga av redovisningsrådets rekommendationer som trätt i kraft 2002 har ej haft någon påverkan.

Omsättning per land (Mkr)

LAND	JAN - DEC 2002	JAN - DEC 2001	JAN - DEC 2000	FÖRÄNDRING MKR 01/02	%	FÖRÄNDRING MKR 00/01	%
Danmark	28,1	25,6	24,0	2,5	9,8	1,6	6,7
England	47,5	46,5	46,0	1,0	2,2	0,5	1,1
Finland	103,5	87,2	71,0	16,3	18,7	16,2	22,8
Frankrike	20,2	12,1	2,0	8,1	66,9	10,1	505,0
Holland	115,8	37,6	31,0	78,2	208,0	6,6	21,3
Italien	93,8	85,5	64,0	8,3	9,7	21,5	33,6
Norge	141,4	121,5	103,0	19,9	16,4	18,5	18,0
Spanien	58,3	51,2	39,0	7,1	13,9	12,2	31,3
Sverige	965,8	750,7	637,0	215,1	28,7	113,7	17,8
Tyskland	79,4	57,8	46,0	21,6	37,4	11,8	25,7
Övrigt utlandet	33,5	2,5	0,0	31,0	1240,0	2,5	N/A
Totalt	1 687,3	1 278,2	1 063,0	409,1	32	215,2	20,2

En betydande del av Crafts och Texets försäljning utanför Sverige sker genom distributörer vilket uppskattas i distributörsledet till 250 Mkr. Denna försäljning bidrar med royaltyintäkter, men ingen försäljningsomsättning i New Waves resultaträkning och är således inte med i uppställningen ovan.

Kassaflödesanalys

MKR	1 JAN-31 DEC 2002	1 JAN-31 DEC 2001	1 JAN-31 DEC 2000	1 JAN-31 DEC 1999	1 JAN-31 DEC 1998
Den löpande verksamheten					
Resultat efter finansiella poster	145,1	98,7	94,9	53,9	24,5
Poster som inte ingår i kassaflödet					
Avskrivningar	36,7	25,5	19,8	13,9	4,2
Reavinst vid avyttring av anläggningstillgångar	0,0	-2,0	-	-	-
Betald skatt	-41,0	-28,8	-17,7	-11,6	-4,4
Kassaflöde före förändring av rörelsekapital	**140,8**	**93,4**	**97,0**	**56,2**	**24,3**
Förändring av rörelsekapital	19,9	1,1	-205,3	-77,6	-96,3
Kassaflöde efter förändring av rörelsekapital	**156,9**	**94,5**	**-108,3**	**-21,4**	**-72,0**
Förvärv av dotterbolag	-111,4	-78,0	-	-	-
Investering i anläggningstillgångar	-41,6	-15,4	-40,0	-35,0	-67,6
Försäljning i anläggningstillgångar netto	-0,6	8,3	2,2	2,5	12,4
Kassaflöde från investeringsverksamheten	**-153,6**	**-85,1**	**-37,8**	**-32,5**	**-55,2**
Amortering långfristig fordran	0,4	1,1	-	-	-
Nyemission	-	-	-	-	23,0
Upptagna lån	15,5	-24,4	158,4	70,2	128,8
Utbetald utdelning	-21,8	-17,7	-12,0	-5,6	-5,3
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	**-5,1**	**-41,0**	**146,4**	**64,6**	**146,5**
Årets kassaflöde	**2,0**	**-31,6**	**0,3**	**10,7**	**19,3**
Likvida medel vid årets början	12,1	42,3	41,8	32,4	13,2
Kursdifferens i likvida medel	0,1	1,4	0,2	-1,3	0,0
Likvida medel vid årets slut	14,2	12,1	42,3	41,8	32,5

* I posten ingår:		
Goodwill	-79,5	-39,0
Rörelsekapital	-77,0	-102,2
Anläggningstillgångar	-50,1	-49,2
Övertagna lån	95,2	88,4
Betalt genom apportemission	0,0	24,0
Påverkan på kassaflödet	**-111,4**	**-78,0**

Nyckeltal

MKR	JAN-DEC 2002	JAN-DEC 2001	JAN-DEC 2000	JAN-DEC 1999	JAN-DEC 1998
Försäljningstillväxt %	32,0	20,2	33,1	11,0	105,0
Försäljning per anställd Mkr	3,0	3,1	3,1	3,3	3,2
Bruttovinstmarginal %	44,2	41,0	38,8	33,6	32,6
Rörelsemarginal %	10,6	10,0	10,6	8,3	6,1
Vinstmarginal %	6,2	6,4	6,1	4,6	2,4
Avkastning på eget kapital %	22,0	20,9	23,7	19,9	11,5
Avkastning på sysselsatt kapital %	16,9	14,7	17,7	15,3	13,0
Soliditet %	37,9	40,5	36,7	35,1	35,1
Nettoskuldsättningsgrad %	123,0	119,5	123,3	125,0	126,0
Nettoskuld Mkr	629,0	519,7	427,8	248,6	187,8
Räntetäckningsgrad ggr	4,8	4,1	5,5	4,6	2,7
Kapitalomsättningshastighet ggr	1,3	1,4	1,4	1,5	1,9
Varulagrets omsättningshastighet ggr	1,6	1,5	1,6	2,1	2,5
Nettoinvesteringar Mkr	147,3	85,1	37,8	32,5	55,2
Kassaflöde efter investeringar Mkr	3,3	9,4	-146,1	-53,9	-127,2
Kassaflöde före investeringar Mkr	156,9	94,5	-108,3	-21,4	-72,0
Eget kapital per aktie Kr	35,26	29,98	22,93	16,60	14,00
Aktiekurs 31 december Kr	75	75	70	43,75	32,00
Utdelning/aktie Kr	1,75	1,50	1,25	1,00	0,48
P/E-tal	10,45	13,30	15,40	14,40	21,80
P/S-tal	0,65	0,85	0,94	0,35	0,25
Kurs/Eget kapital	2,15	2,50	3,05	2,60	2,30

Definitioner

AVKASTNING PÅ EGET KAPITAL
Nettovinsten enligt resultaträkningen i procent av genomsnittligt justerat eget kapital.

AVKASTNING PÅ SYSSELSATT KAPITAL
Resultat efter finansnetto plus finansiella kostnader i procent av genomsnittligt sysselsatt kapital

BRUTTOMARGINAL
Försäljning med avdrag för direkta varukostnader i procent av rörelsens nettoomsättning.

KAPITALOMSÄTTNINGSHASTIGHET
Omsättningen dividerat med genomsnittlig balansomslutning.

NETTOSKULDSÄTTNINGSGRAD
Räntebärande skulder reducerade med finansiella räntebärande tillgångar i procent av eget kapital.

RÄNTETÄCKNINGSGRAD
Resultat efter finansnetto plus finansiella kostnader dividerat med finansiella kostnader.

RÖRELSEMARGINAL
Rörelseresultat efter avskrivningar i procent av årets fakturering.

SOLIDITET
Eget kapital inkl minoritet i procent av balansomslutningen.

SYSSELSATT KAPITAL
Balansomslutningen minskat med icke räntebärande skulder och icke räntebärande avsättningar.

VINSTMARGINAL
Nettovinst i procent av rörelsens nettoomsättning.

New Waves aktie

Aktiekapitalet i New Wave uppgår till 7 250 104 kronor, fördelat på totalt 14.500.208 aktier, varje aktie på nominellt 0,50 kronor. Aktierna har lika rätt till andel i bolagets tillgångar och resultat. Varje aktie av serie A berättigar till tio röster och varje aktie av serie B berättigar till en röst. New Waves aktier av serie B är sedan den 11 december 1997 noterade vid Stockholmsbörsens OTC-lista sedermera O-lista. En noteringspost uppgår till 100 aktier. Noteringskursen uppgick till 27,50 kronor. Sedan New Waves notering den 11 november 1997 har lägsta slutkurs varit 18 kronor och högsta kurs 94,50 kronor.

UTDELNINGSPOLITIK

Styrelsens mål är att utdelningen till aktieägare ska motsvara minst 30 procent av koncernens resultat efter skatt över en konjunkturcykel.

AKTIEÄGARE

Antalet aktieägare uppgick den 31 december 2002 till 3 224 (3 191). De institutionella investerarna kontrollerade totalt 40,3 procent av kapitalet och 8,8 procent av rösterna. De tio största aktieägarna svarade vid samma tidpunkt för 64,1 procent av kapitalet och 85,9 procent av rösterna. Utländska ägare svarade för 14,1 procent av kapitalet och 4,4 procent av rösterna.

NEW WAVES AKTIESTRUKTUR 2002-12-31

AKTIESLAG	ANTAL AKTIER	ANTAL RÖSTER	KAPITAL %	RÖSTER %
A-aktier	5.776.920	57.769.200	39,84%	86,88%
B-aktier	8.723.288	8.723.288	60,16%	13,12%
Totalt	**14.500.208**	**66.492.488**	**100,00%**	**100,00%**

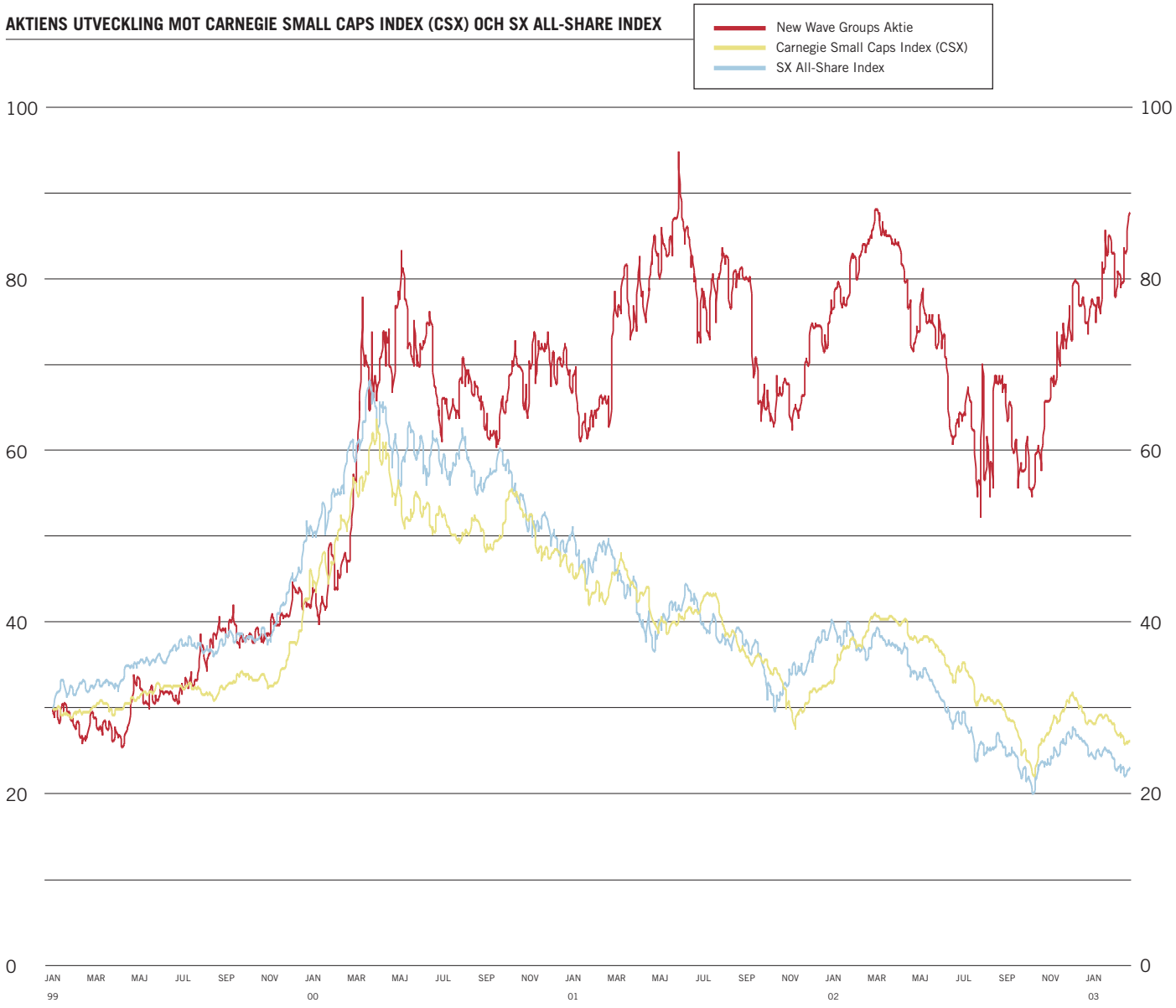
NEW WAVES TIO STÖRSTA ÄGARE 2002-12-31

AKTIEÄGARE	ANTAL AKTIER	ANTAL RÖSTER	KAPITAL %	RÖSTER %
Torsten Jansson	5.316.920 A/80.800 B	53.250.000	37,2%	80,0%
Banque Intl a Luxembourg	822.400 B	822.400	5,7%	1,2%
AMF Pension aktiefond Sverige	490.000 B	490.000	3,4%	0,7%
S-E-Bankens Sverige småbolagsfond	456.776 B	456.776	3,2%	0,7%
SIS Segaintersettle AG	455.600 B	455.600	3,1%	0,7%
Handelsbankens småbolagsfond	430.100 B	430.100	3,0%	0,6%
AMF Pensionsförsäkrings AB	400.000 B	400.000	2,7%	0,6%
Livförsäkringsbolaget Skandia	330.300 B	330.300	2,3%	0,5%
Domani	279.528 B	279.528	1,9%	0,4%
Lannebo småbolag	234.800 B	234.800	1,6%	0,4%
Totalt	**9.216.424**	**57.068.704**	**64,1%**	**85,9%**

ÄGARFÖRDELNING I NEW WAVE 2002-12-31

	ANTAL AKTIER	ANTAL RÖSTER	KAPITAL %	RÖSTER %
Sverige	12.242.376	63.545.276	85,9%	95,6%
Ägare bosatta utanför Sverige, exkl. USA	1.998.556	2.898.556	13,8%	4,3%
USA	48.656	48.656	0,3%	0,1%
Totalt	**14.500.208**	**66.492.488**	**100,0%**	**100,0%**

AKTIENS UTVECKLING MOT CARNEGIE SMALL CAPS INDEX (CSX) OCH SX ALL-SHARE INDEX





New Wave i korthet

New Wave är ett tillväxtföretag inriktat på att leverera profilkläder och presentreklam till företag samt kläder, skor, presenter och hemtextil till konsumenter genom återförsäljare. Detta åstadkoms genom att vi etablerar, förvärvar och utvecklar varumärken inom nämnda produktområden.

New Wave verkar inom två affärsområden, dels på marknaden för kläder och presentreklam genom försäljning till oberoende profilföretag, dels på detaljhandelsmarknaden via återförsäljare i främst present-, sport- och skofackhandeln. Genom att verka inom båda dessa marknadssegment får koncernen en bra riskspridning. Stora samordningsfördelar uppnås genom att stora delar av sortiment etc. kan vara gemensamt för de bägge affärsområdena.

New Waves konkurrenskraft ligger framför allt i design, inköp, logistik och marknadsföring av ägda varumärken. Produkterna tillverkas främst i Asien och till en mindre del i Europa. Koncernens mest kända egna varumärken är Craft, Sagaform, Seger, Grizzly, New Wave, Clique, James Harvest Sportswear, Printer Active Wear, Toppoint, M-Pen, Mac One, Jingham och Pax, samt licensierade Umbro, Nordica, Rollerblade och Exel. New Wave har sedan starten visat stark tillväxt med goda marginaler. Försäljningen har senaste tolv åren ökat med i genomsnitt 41,3 procent per år.

New Wave
Dressing people, marketing companies.

NewWave
GROUP

New Wave Group AB
Box 2129, 442 02 Kungälv
Tel 0303-24 65 00
Fax 0303-24 65 99
info@nwg.se
www.nwg.se