A C A D E M E D I A  Å R S R E D O V I S N I N G

**2002**




AcadeMedia

**Text & produktion**: AcadeMedia AB
**Fotografer**: Frasse Franzén, Christer Wallstrand,
Björn Rantil, Bo Jansson, Jens Karlsson, Sven Waldemarsson
**Illustrationer**: Olle Landsell, Leif Åbjörnsson
**Tryckeri**: Ruter Media Group, Laholm 2003
**Papper**: Inlaga: Scandia 2000 130 g, omslag: Arctic matt, 250 g


AcadeMedia
Presentation of the AcadeMedia group

# Innehåll


**Året i korthet** ..... **5**

**VD har ordet** ..... **6**

**AcadeMedia koncernen** ..... **8**

**Modern teknik ger bättre kunskap och större affärsnytta** ..... **10**

**Organisationen** ..... **15**

- Gravity ..... 15
- AcadeMedia Education ..... 19
- AcadeMedia Validation ..... 21
- AcadeMedia Works ..... 22

**Marknadsläget** ..... **24**

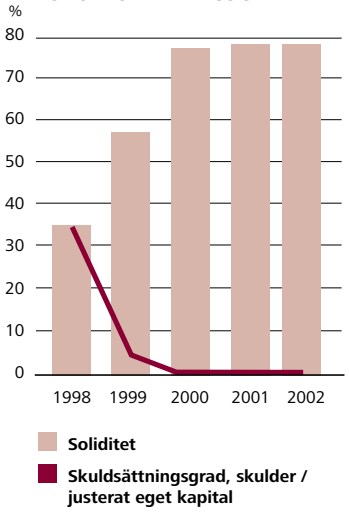
**Adresser** ..... **26**

# Året i korthet

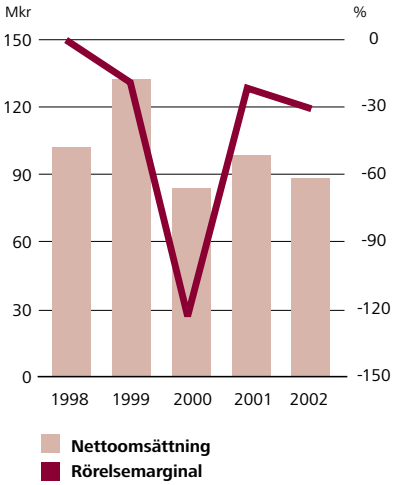
- **Nettomsättningen för helåret 2002 minskade med 10,3% till 88,4 Mkr (98,6 Mkr)**
- **Rörelseresultat för helåret 2002 uppgick till -27,3 Mkr (-24,3 Mkr)**
- **Årets resultat efter skatt uppgick till -24,8 Mkr, vilket motsvarar en förlust per aktie om 7,77 kronor**
- **Väsentlig reducering av antalet anställda under 2002 vilket innebär kostnadsreducering med 23 Mkr, dock med effekt först under kvartal 2, 2003**
- **AcadeMedia förvärvade i februari 2003 Computer Researchs Stockholmsverksamhet**
- **Strategiskt viktiga ramavtal tecknade med olika kommuner i Danmark**
- **Stark balansräkning och kassa**

| SAMMANFATTNING KONCERNEN | 2002 | 2001 | 2000 |
|---|---|---|---|
| Nettoomsättning | 88,4 | 98,6 | 83,8 |
| Rörelseresultat, Mkr | -27,3 | -24,3 | -102,2 |
| Resultat efter finansiella poster, Mkr | -24,4 | -23,0 | -60,6 |
| Årets resultat, Mkr | -24,8 | -22,7 | -60,6 |
| Räntabilitet på genomsnittligt eget kapital, % | -31% | -22% | -73% |
| Andel riskbärande kapital, % | 79% | 79% | 79% |
| Vinst per aktie, kr | -7,77 | -7,11 | -18,98 |
| Utdelning, kr | 0 | 0 | 0 |
| Eget kapital, Mkr | 65,4 | 90,2 | 112,9 |
| Soliditet, % | 78% | 78% | 79% |
| Investeringar, Mkr | -17,6 | -5,5 | 15,7 |
| Medelantal årsanställda | 156 | 157 | 167 |

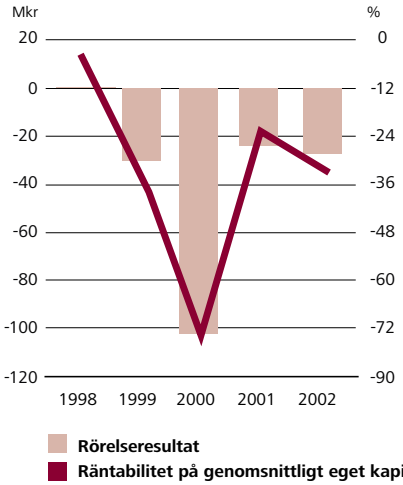
**SOLIDITET OCH SKULDSÄTTNINGSGRAD**



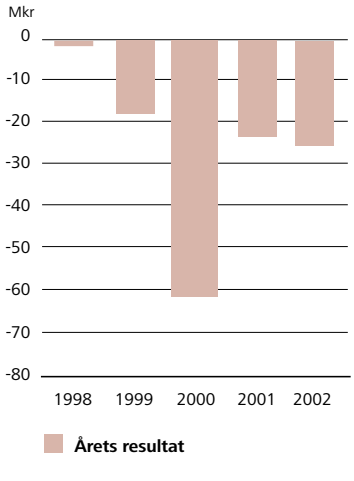

**NETTOOMSÄTTNING**




**RÖRELSERESULTAT**




**RESULTATUTVECKLING**



# VD har ordet



## VI SKAPAR ETT STARKARE ACADEMEDIA

I februari 2002 skrev Dagens Industri att det ljusnar för AcadeMedia. Vad hände då med ljusningen?

Samtidigt som en del av vår verksamhet växte kraftigt, drabbades övriga delar av en vikande marknad. Efterfrågan för hela utbildningsmarknaden minskade under året. Särskilt drabbades den del av vår verksamhet som är inriktad på e-learningmarknaden.

Andra halvåret blev dessutom sämre än det första. De marknader som minskade, minskade snabbare än de som växte. Effekten förstärktes av priskonkurrens från konkurrenter som befann sig på obeståndets avgrundskant. Priserna var så låga att vi såg ett antal av våra konkurrenter försättas i konkurs. Flera drabbades under andra halvåret och under början av 2003. Ljusningen kom helt enkelt av sig under 2002. Fenomenet drabbade inte bara Sverige utan fick även en internationell effekt.

Den tuffa marknadssituationen ställde krav på oss att göra en total genomlysning av hela vår verksamhet och att inte lämna någon sten orörd. Genomlysningen resulterade i ett åtgärdspaket som startade i september 2002.

Förändringsarbetet koncentrerades till tre områden - fokusering på tillväxtområden och långa kontrakt, verksamhetsinriktning samt organisation. Målet är lönsamhet och ett komersiellt tänkande på alla nivåer.

## FOKUSERING PÅ TILLVÄXTOMRÅDEN OCH LÅNGA KONTRAKT

Vi har av tradition varit starkt koncentrerade till utbildning inom mediaområdet, vilket inte växer på samma sätt som tidigare. Vi kommer därför att behöva bredda vår kompetens till nya områden där det sker en tillväxt. Inom området storskaliga utbildningslösningar, ser vi en ökad möjlighet. Ett sådant område är arbetsmarknadsutbildningar. Här kommer det att finnas ett ökat behov under de närmaste tio åren för att tillgodose efterfrågan på arbetskraft med rätt kompetens. Vår utbildningslösning på arbetsmarknadsområdet har hittills medfört att 90% av de som gått igenom programmet fått riktiga arbeten. Lösningen är skalbar, vilket gör att man, med bibehållen kvalité, klarar av att utbilda i stort sett ett obegränsat antal personer simultant. Under 2002 har vi utvecklat lösningen så att den passar för export. Under andra halvåret lanserades den i Danmark. Leverans påbörjades vid årsskiftet. Vi ser framöver en möjlighet att även exportera lösningen till andra länder i Europa. Bara i Sverige finns det idag mer än 500.000 personer som är arbetslösa och som kommer att behöva utbildning för att bättre passa arbetsmarknadens behov.

Ett specifikt tillväxtområde inom arbetsmarknadsutbildningar finns inom sjuk- och hälsovården. Behovet av ny personal inom hälso- och sjukvården uppgår till 500.000 sjuksköterskor under den närmaste 12-årsperioden. Det blir mer än 40.000 utbildade per år. Det finns varken lärare eller utbildningsplatser av traditionellt slag för att behovet av utbildad personal ska kunna tillgodoses. Den flexibla utbildningslösning som vi utvecklat kommer att vara viktig för att lösa problemet. Marknaden är stor. I Sverige anslår regeringen i genomsnitt cirka 4,5 miljarder per år till arbetsmarknadsutbildningar. De utbildningsåtaganden vi för närvarande har på detta område sträcker sig från ett till två år och skapar en bra stabilitet. Vi kommer under de närmaste åren att öka vår intäktsandel av långa kontrakt. Vi ser redan resultatet av fokusering på långa kontrakt, genom att orderstocken ökat i förhållande till föregående år.

Det finns även andra områden där det finns utrymme för tillväxt som exempelvis affärsmannaskap, service, ekonomi, teknik och breddning av vårt erbjudande mot helt nya kunskapsområden där vi med modern teknik kan skapa unik kundnytta.

På den privata sidan finns det en ökande efterfrågan inom ett flertal områden, som produktlanseringar, internutbildningar om målsättning och företagspolicy, serviceutbildningar samt storskaliga utvecklings- och förändringsprocesser.

Vår fokusering på dessa områden kommer att skapa möjligheter för en lönsam tillväxt under 2003 och följande år.

### VERKSAMHETSINRIKTNING

Marknaden för medieutbildningar har stått för en stor del av AcadeMedias intäkter under tidigare år. Även e-learningproduktioner har stått för en betydande del. När denna marknad nu minskar inriktar vi oss på att bredda vårt utbud till områden som har samband med vår kunskap om lärande och kompetens. Ett exempel på ett sådant område är att hjälpa, effektivisera och öka det ekonomiska utbytet av deras utbildningssatsningar.

### ORGANISATION

Den tuffa marknadssituationen medförde en övertalighet på personalsidan inom de delar där marknaden krympte och ett underskott inom de som växte. Även mixen av kompetenser i hela koncernen behövde förändras. De tre sista kvartalen präglades av ett intensivt förändringsarbete för att skapa en stabil grund för en lönsam verksamhet. Successivt har större delen av personalen involverats i förändringsprojektet. Under 2003 kommer samtliga att vara delaktiga i det fortsatta förändringsarbetet.

### UTFALL 2002

Nettoomsättningen minskade under året med 10,3%. Den minskade omsättningen berodde dels på den minskade efterfrågan på e-learningmarknaden och dels på den priskonkurrens som rådde under andra halvåret 2002. Nöjda och lojala kunder inom affärsområdet för kundanpassad e-learning har dock stått för viss stabilitet.

### POSITIVA TECKEN

Flera ”signaler” i omvärlden tyder på en ökad efterfrågan på utbildning och kompetensutveckling.

- Kompetensutveckling ligger högt upp på den politiska dagordningen, inte bara i Sverige utan även internationellt.
- Det finns en ökande efterfrågan på omstrukturering av arbetsmarknader. Utbildning är en viktig faktor för att lyckas.
- Amerikansk och svensk forskning har påvisat ett samband mellan utbildning / kompetensutveckling och ekonomisk tillväxt / lönsamhet, vilket kommer att medföra ett ökat fokus på affärskritisk utbildning. Det har skapat ett starkt intresse av att bättre kunna styra företagens utbildningsprocesser.

### FRAMTIDEN

Under 2002 har vi påbörjat arbetet med att lägga grunden för lönsamhet och tillväxt. De stora uppdrag vi fick i Danmark har börjat levereras. Att omsätta modern teknik i kunskapslösningar, vare sig det är produktlanseringar, introduktionsutbildningar för anställda eller arbetsmarknadsutbildning för omstrukturering av arbetsmarknader, kommer det att vara en viktig faktor för AcadeMedias framtida tillväxt. En annan grund är vår kunskap om hur man bedriver effektiva utbildningsprocesser för att öka företags konkurrensfördelar, lönsamhet och tillväxt.

Trots att 2002 varit ett svagt år för AcadeMedia, har vi börjat vända den negativa trenden, vilket framgår vid en jämförelse av orderläget mellan 2002 och 2003. Vi startar, trots det svaga året, från samma utgångspunkt som föregående år. Vi har ett bättre långsiktigt orderläge som visar att vår inriktning mot långa kontrakt och tillväxtområden redan har börjat ge resultat. Därtill kommer att vi har sänkt våra kostnader med drygt 23 Mkr på 12-månadersbasis och kommer att fortsätta med ytterligare ett besparingsprogram under 2003.

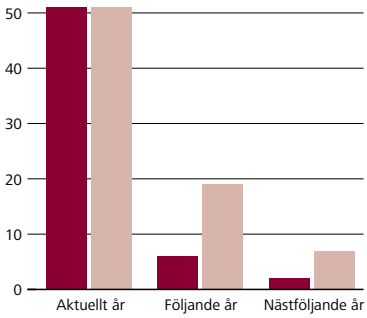
Det långsiktigt höjda orderläget kommer att fortsätta att öka genom ytterligare fokusering på ”långa kontrakt”. Detta innebär att vi får en bättre långsiktig stabilitet. Mot bakgrund av vidtagna åtgärder och de positiva drivkrafterna i vår omvärld bedömer jag förutsättningarna som goda för att vi ska lyckas bli lönsamma och kunna fortsätta att växa med lönsamhet. Vi ser därför positivt på framtiden.

Stockholm, mars 2003



**Lars G Mattsson**
VD AcadeMedia AB (publ)

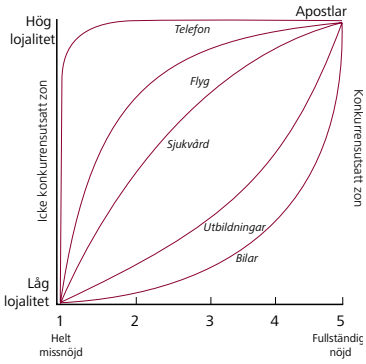
### ORDERLÄGE




| | 02-01-01 | 03-01-01 |
|---|---|---|
| Aktuellt år | 51 | 51 |
| Följande år | 6 | 19 |
| Nästföljande år | 2 | 7 |

# AcadeMedia koncernen

**KUNDNÖJDHET**




Grafen visar hur benägna kunderna är att byta leverantör vid missnöjdhet och nöjdhet på konkurrensutsatta och icke konkurrensutsatta marknader.

För konkurrensutsatta marknader, där AcadeMedias verksamhet är, krävs mycket nöjda kunder för att de ska vara lojala.

**AFFÄRSIDÉ**

AcadeMedia är ett konsult- och utbildningsföretag som använder modern teknik, interaktiv pedagogik samt media för att skapa enastående inlärningsresultat för individer och mätbar nytta för organisationer.

**VISION**

Vi befinner oss i ett teknologiskifte där den moderna tekniken kommer att innebära en inlärningsrevolution. Den moderna tekniken skapar möjligheter för ett lärande helt på individens villkor.

AcadeMedias vision är att vara bäst på att tillämpa den moderna teknikens möjligheter för att skapa ett enastående inlärningsresultat för individen och en effektiv användning av kunskaperna, för mätbar nytta.

**STRATEGI OCH TAKTIK**

INLEDNING

AcadeMedias strategi är för närvarande koncentrerad till fem områden – lönsamhet, verksamhetsutbud, kundvärde, kundnöjdhet och tillväxt genom förvärv.

ETT ANNORLUNDA UTBILDNINGSFÖRETAG

Framtidens konkurrens kommer att handla om kunskap. Konkurrensen kommer att finnas mellan individer, företag och länder. Lärande kommer i allt större utsträckning att genomsyra våra liv om vi vill fortsätta att vara lönsamma och konkurrenskraftiga. Det kommer att ställa krav på utbildningsföretagen och deras verksamhetsutbud. Det kommer i sin tur att påverka deras verksamhetsutbud. Enbart traditionell klassrumsundervisning räcker inte. Utbildningsföretag måste kunna leverera:

- i rätt tid,
- efter elevens behov,
- med rätt kvalité,
- till rätt kostnad och
- med mätbar nytta.

Framtidens utbildningsföretag måste också kunna leverera konsulttjänster och systemstöd för ett bättre och effektivare lärande som skapar mätbar nytta för den enskilde och organisationen. AcadeMedia ska täcka detta behov genom att kunna erbjuda konsulttjänster inom allt som har med lärande och ekonomisk nytta av kunskap att göra. AcadeMedia ska dessutom erbjuda ett brett utbud av kunskapsområden och flexibla leveransformer efter kundernas behov.

AcadeMedia är, efter de åtgärder som genomförts under 2002 och de åtgärder som planeras under 2003, väl rustat för att möta de krav som ställs på framtidens utbildningsföretag.

**KUNDVÄRDE**

Utbildningsföretag har ofta två kunder – den som köper utbildningen och den som ska gå den. För att skapa en nöjd kund är det viktigt att förstå att inköparen ofta har helt andra behov än den som ska genomgå utbildningen.

AcadeMedias taktik är inriktad på att:

- skapa kundvärde åt både inköpare och elev,
- vidga samarbetet med progressiva, internationellt verksamma kundföretag och arbetsmarknadsorganisationer inom marknadssegment där störst kundnytta kan levereras,
- kunna leverera i rätt tid, till rätt pris, med rätt kvalité för mätbar nytta.

KUNDNÖJDHET OCH LOJALITET

Utbildningsmarknaden är starkt konkurrensutsatt och kännetecknas generellt av hög flyktighet, det vill säga byte av leverantör. Detsamma gäller e-learningmarknaden. Utbildning och e-learningmarknaden ligger någonstans vid de två nedersta kurvorna. Sättet att minska flyktigheten är att fokusera på kundnöjdhet. Nöjda kunder är inte lika benägna att byta. Förutsättningen är dock, att nöjdheten ligger över 4 på en 5-gradig skala (se figur ”kundnöjdhet”).

Det är ett välkänt faktum att nöjda kunder är mer lojala och att lojala kunder är mer lönsamma.

För att förbättra lönsamheten togs, under hösten 2002, det första steget mot ett omfattande kundnöjdhetsprogram i hela koncernen. En kvali-

tativ kundundersökning gjordes för att ge underlag för en kvantitativ undersökning i steg två.

Steg två blir att fortlöpande följa ett nöjdkundindex och fortlöpande arbeta med att nå högsta möjliga nöjdhetsindex.
För att stärka kundnöjdheten och lojaliteten ska AcadeMedia:

- tillgodose kunderna behov och de krav de ställer på ett modernt utbildningsföretag, samt
- vidareutveckla satsningen på kvalificerade utbildnings- och kunskapstjänster och stärka AcadeMedias image som innovativ och kvalificerad kunskapsleverantör.

**FÖRVÄRVSSTRATEGI**

AcadeMedia har som strategi att växa dels organiskt och dels genom förvärv. Förvärv ska stödja AcadeMedias långsiktiga inriktning, vara kompetenshöjande och ge ett positivt kassaflöde.

Bolag som passar in i förvärsstrategin, är bolag som dels kan tillföra AcadeMedia ny spjutspetskompetens och dels nya geografiska marknader. Den spjutspetskompetens som är av störst intresse, är sådan där AcadeMedias kompetens om interaktiv pedagogik levererad med modern teknik kan skapa synergier.



**AcadeMedia Education** - utbildning genom flexibla utbildningsformer, s.k "Blended learning"

# Modern teknik ger bättre kunskap och större affärsnytta

## MEDIA ELLER MULTIMEDIA?

De senaste tio åren har den tekniska utvecklingen skapat nya möjligheter att utveckla lärandet på ett sätt som inte tidigare varit möjligt. Datorn har skapat möjligheter att förbättra den enskildes lärande under förutsättning att man använder datorns potential till interaktivitet i kombination med multimedia.

Media eller multimedia, vad är skillnaden? Datorn är ett exempel på media. Multimedia däremot, är användningen av ljud, bilder, text, tal film och animationer förmedlade av datorn.

Det är viktigt att uppmärksamma skillnaden därför att de som uttryckt sig negativt om e-learning i debatten har ofta blandat ihop begreppen. När man rapporterat att datorstött lärande inte är bättre än annat lärande har det sin grund i jämförelser mellan samma innehåll förmedlat på traditionellt sätt eller via dator. Datorn i sig tillför inget. Men vid forskning, när man jämfört traditionella undervisningsmetoder med användning av en kombination av ljud, bilder, text, tal, film och animationer, så har man noterat en revolutionerande skillnad.

En annan fördel med datorstött lärande är att det skapar möjligheter till interaktivitet som är anpassat till den enskilde elevens villkor och förutsättningar, på ett sätt som lärarledd undervisning inte kan.

Forskning och erfarenheter från de senaste tio åren visar att multimedia, och de distributions- och anpassningsmöjligheter den nya tekniken innebär, inte bara förbättrar utbildningsresultatet utan även kortar ner utbildningstiden.

## FORSKNING

MULTIMEDIA

Lärarledd lektion kombinerad med tryckt material har varit den dominerande formen för undervisning i hundratals år. Ju mindre klass desto större möjligheter för läraren att anpassa sig efter elevernas olika förutsättningar. Ju större grupper desto svårare blir det för läraren att anpassa sig till varje elevs förutsättningar, utan att utbildningsleveransen måste standardiseras.

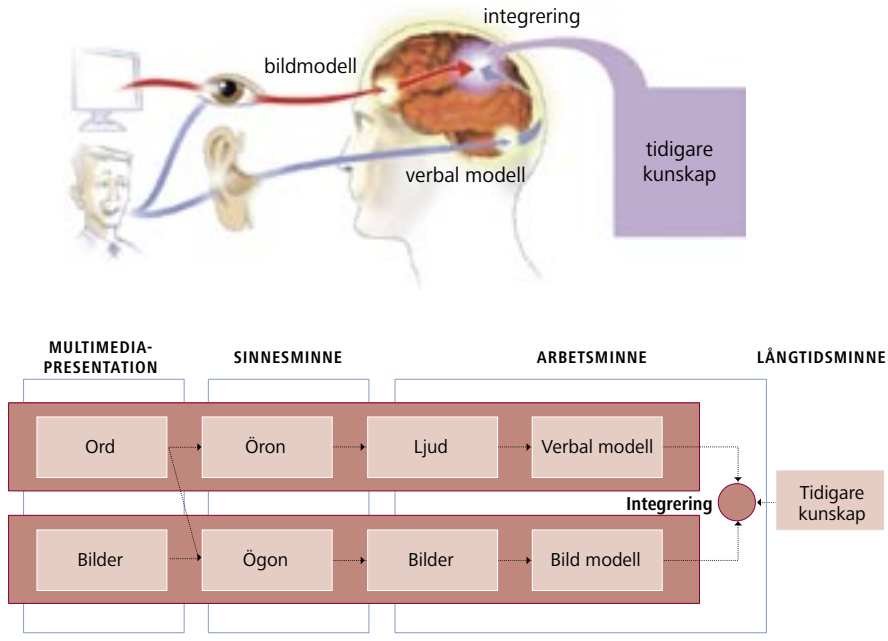
Gränsen för när kravet på standardisering blir påtaglig ligger vid grupper om fem personer.

Den nya multimediatekniken däremot, har skapat möjligheter att anpassa sig efter elevens förutsättningar, oavsett om det är 5 eller 50.000 personer som ska utbildas, och dessutom skapat förutsättningar för en bättre och snabbare inlärning genom bland annat att fler sinnen kan involveras än med traditionell undervisning.

Hjälper då den nya tekniken och varför skulle inlärningen bli bättre?

Kognitionsforskning från de amerikanska forskarna Paivio and Beddeley visar på det. Paivios forskning har lett till en modell som han kallar ”The Dual Coding Theory”. Beddeleys forskning som inriktas på hur arbetsminne och långtidsminne interagerar kompletterar Paivios forskning. I en förenklad schematisk modell, enligt figuren till vänster, visar deras forskning att kombinationen av text, ljud och bild skapar ett bättre inlärningsresultat.

### THE DUAL CODING THEORY




Från professorerna Allan Paivios Dual Coding Theory. Mental representations A Dual Coding Approach, 1990 samt Richard E. Mayers forskning om multimedia, 1990-2001.

Vi har alltid hört att en bild säger mer än tusen ord. Det är ett slitet påstående som enligt en annan forskare på området inte alltid är sant.

Den amerikanske professorn i psykologi, Richard E. Mayer visar att det bara, såvitt gäller inlärning, är sant i vissa fall. Enligt Mayers forskning är det viktigt att skilja på media och multimediaeffekt. När man i den dagliga pressen skriver om multimedia är det i själva verket om media, dvs. man lär sig inte bättre av att lära sig en text från datorn än från en tryckt bok. Blir det bättre om man kompletterar texten med en bild? Forskning genomförd av Mayer visar att bara vissa bilder – rörliga eller orörliga – skapar en förbättrad inlärningseffekt. För att skilja dem åt har han utvecklat en taxonomi enligt följande system:

Förklarande bilder medför större effekt än organisatoriska och organisatoriska ger större effekt än representativa osv.

Resultatet från Mayers forskning, när man använde bilder som medför inlärningseffekt, blev att:

I **sex av nio test** blev minneseffekten större med datorbaserad multimedia jämfört med när eleverna enbart fick undervisning i textform.

I **nio av nio test** presterade eleverna bättre vid kreativ problemlösning.

Effekterna kan förstärkas ytterligare genom olika slags simuleringar.

## SIMULERA VERKLIGHETEN

”Är simuleringar bättre än erfarenhet” löd rubriken i en artikel i McKinsey Quarterley 2001. (Omtryck av en artikel från 1996)

Frågan ställdes utifrån problemställningen: hur man får individer och organisationer att förändra beteende?

Även om det går att skapa simuleringar utan datorer i form av olika spel så är datorer och ny teknik överlägsen när det gäller att skapa simuleringar. Deltagarna kan lätt sättas in i realistiska och verklighetsbaserade situationer genom interaktiv video, virtual reality och andra former av simuleringar. Datorsimuleringar har också den fördelen att de är lätta att anpassa i realtid efter omvärldens förändringar. Simuleringar kan omfatta kompetenser som av olika skäl inte eller svårligen kan genomföras i verkligheten. Risken för skador eller värdeförstöring kan vara för stor. En annan fördel är att simuleringar kan göras när det inte finns tillräckligt med verkliga situationstillfällen för att genomföra utbildningen. Det kan bero på att det är för dyrt att sätta upp en hel anläggning för att genomföra utbildningen, exempelvis i en tillverkningsindustri, vid flyttning eller outsourcing av hela tillverkningen eller delar av densamma.

Andra former av simuleringar som varit mycket uppskattade är simuleringar i kombination med rollspel. I Aftonbladets mediecenter tränas grupper att lösa uppgifter under tidspress i konkurrens med andra grupper. Lösningen är särskilt lyckad, inte bara för att det skapar ett bra lärande utan även för att det uppfattas som roligt att delta. Hittills har anläggningen haft mer än 60.000 deltagare och den framtida kön för de som vill delta fortsätter att vara lång.

McKinsey sammanfattar fördelarna med simuleringar på följande sätt i artikeln;

**”Done well, simulations can bring enormous benefits. Indeed, corporations using traditional management training programs may be wasting time and money by comparison. A well-designed simulation will yield much better results and prove more cost-effective, despite the initial expense of design and facilitation.”**

Exempel på utbildningar där simulering varit särskilt verkningsfullt är utbildning på medicinsk utrustning, tillverknings- och monteringsanläggningar, serviceutbildning, affärsmannaskap och ekonomiska konsekvenser av beslut, fordons- och entreprenadmaskiners handhavande för att bara nämna några områden.

Artikeln fortsätter med följande framtidsutsikter:

**”Once senior managers recognize their true power, simulations may come to play a crucial role in every successful corporate transformation.”**

## PRAKTISKA ERFARENHETER

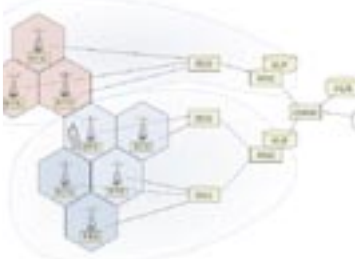
Erfarenheter från exempelvis Taxi Stockholms utbildning av nya förare eller Volvos utbildning



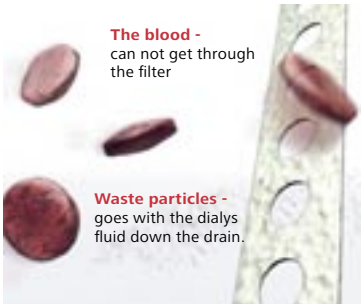
**Dekorativ bild** - illustrationer som är till för att intressera eller underhålla mottagaren, men som inte förstärker budskapet.



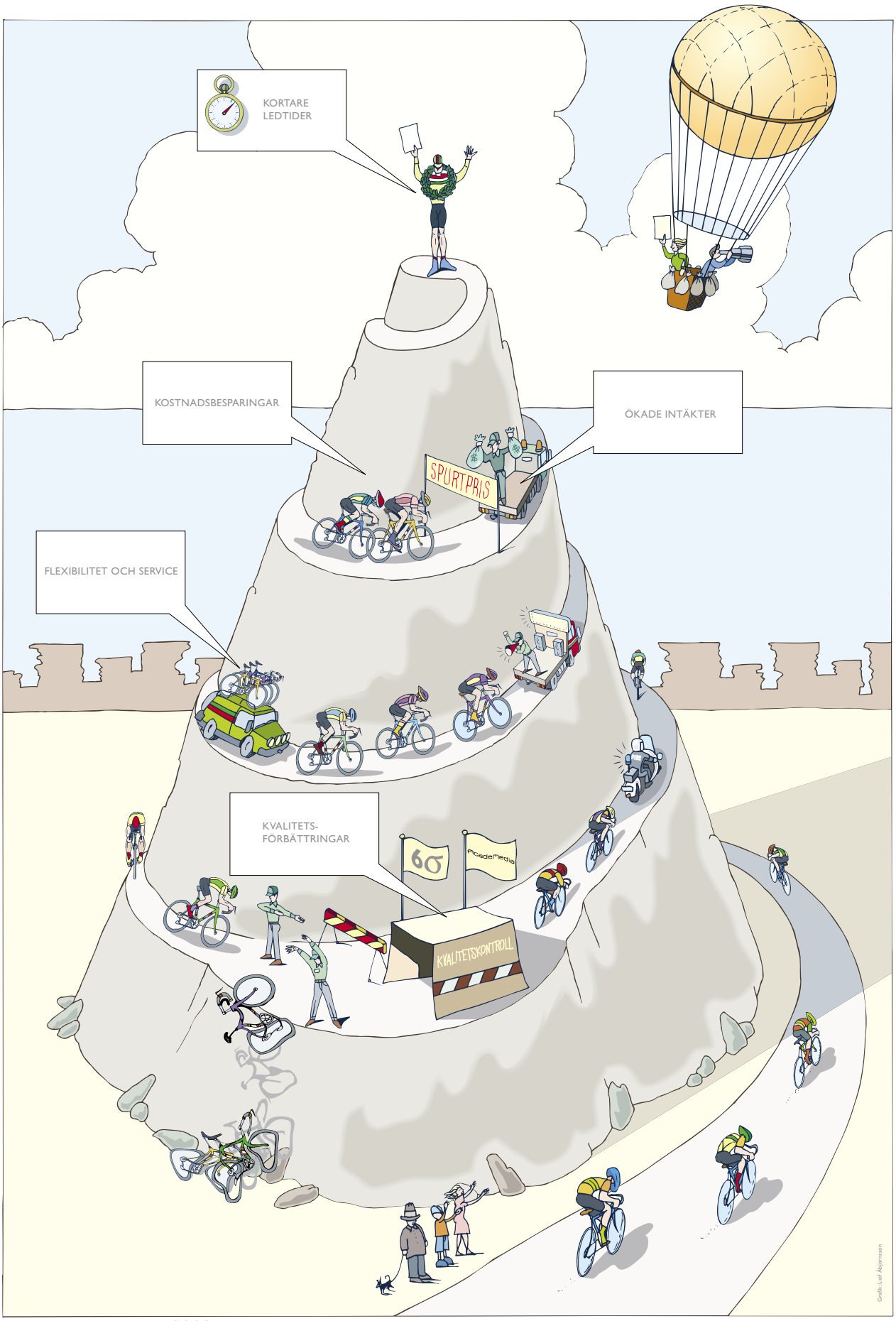
**Representativ bild** - En representativ bild kopplar ihop exempelvis ett objekt, en plats eller en sak med ett ”namn”. Bilden visar monterings- och kalibreringslina för antennförstärkare.



**Organisatorisk bild** - illustrationer som framställer relationer mellan olika objekt. Bilden visar relationer i ett GSM-system.




**Förklarande bild** - illustrationer som förklarar hur exempelvis ett system fungerar. Bilden visar principen för hur orent blod filtreras i en dialysapparat.


KORTARE LEDTIDER
KOSTNADSBESPARINGAR
ÖKADE INTÄKTER
SPURTPRIS
FLEXIBILITET OCH SERVICE
KVALITETS-FÖRBÄTTRINGAR
6σ
Academedia
KVALITETSKONTROLL
Grafik: Leif Åbjörnsson

av 25.000 återförsäljare visar vid jämförelse med traditionell utbildning att:

- Eleverna når kunskapsmålen i större utsträckning än tidigare
- Målen nås mycket snabbare – studietiden kan reduceras med två tredjedelar - från exempelvis sex till två månader
- Kvalitén på kunskaperna skapar bättre affärsresultat
- Fortlöpande möjligheter att mäta utvecklingen skapar förutsättningar för att ge positiv och individuell återkoppling till eleven och att styra mot ständiga förbättringar av kvalité

### KAN UTBILDNINGSRESULTAT OMSÄTTAS I PENGAR?

Den amerikanska marknaden lämpar sig särskilt väl för forskning genom det stora antalet företag. Den amerikanska organisationen ASTD (American Society for Training and Development), har under åren 1997-2001 bedrivit forskning om effekten av utbildning bland 600 amerikanska företag. Studien visade att de företag som gjorde de största investeringarna i utbildning överträffade S&P:s (Standard & Poor) index med en faktor av 2:1 under det år som följde på utbildningsinvesteringen[7].

Användningen av modern teknik kan ytterligare förhöja värdet av utbildningsinsatsen. Det finns många kunder som varit framgångsrika med sina satsningar på att genomföra multimediala utbildningar. Av konkurrensmässiga skäl vill man emellertid inte offentliggöra hur stora vinster man gör. Låt oss ändå ta några uppenbara exempel på vilken värdeökning som kan tillföras kunden.

**Taxikoncernen** hade problem att fylla sitt behov av förare. De sökte 1000 förare.

Med dag och nattpass fyller det 500 bilar.

Antag att varje bil har intäkter på 4.000/dag. Det blir intäkter på 2 Mkr/dag.

Kortare utbildningstid från 6 månader till 2,5 månader med 20 arbetsdagar per månad ger 140 Mkr i intäkter. För varje dag man inte lyckades fylla bristen förlorade man även intäkter och öppnade möjligheter för konkurrenterna att bryta in. Inte heller kunde man hålla den höga servicenivå man ville gentemot en ökande efterfrågan från kunderna. Ponera att det tagit ett år att fylla bristen med traditionell utbildning så hade det motsvarat en förlust på 450 Mkr i intäkter.

Därtill kommer positiva effekter av att kunskapskvalitén blev högre och fler klarade proven första gången. Den flexibla utbildningslösningen innebar att man kunde nå personer som annars inte kunde vara tillgängliga när den traditionella utbildningen kunde ges.

**Biltillverkaren** gick från traditionell utbildning till att använda distribuerad multimediautbildning av mer än 20.000 återförsäljare inför lansering av nya bilmodeller. Utbildningstiden kunde kortas från 6 till 2 månader. Alla kunde nu vara utbildade när den nya modellen släpptes.

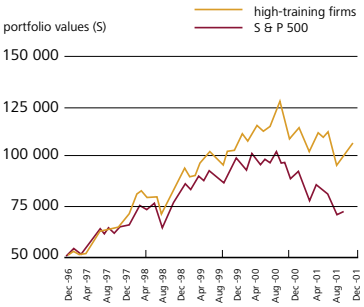
Låt oss anta att man säljer 5.000 nya bilar per månad. Bilen kostar 250 tkr och ger 50.000 i vinst. Det ger en vinst på 250 Mkr per månad. Bara på att korta ledtiderna för utbildningen skapas en vinst på 1 miljard kr.

Man har även fått bättre kvalité på återförsäljarnas kunskaper vilket i sin tur lett till nöjdare kunder och högre försäljning. Antag att mer nöjda kunder innebär en ökning av försäljningsintäkterna med 3 %, vilket ger en ökad vinst om 9 Mkr per år.

Återförsäljarna behöver inte vara borta från arbetet lika länge som tidigare vilket påverkar intäkterna positivt. Lägger man därtill att det kommer två nya modeller per år så blir vinsterna ännu större.

Genom att använda utbildningssystemet för benchmarking mellan olika marknader kan man påverka dem som har sämst kunskaper och sämst försäljning. Tidigare hade man på centralt håll ingen aning om huruvida återförsäljarna hade tagit till sig utbildningen, eller inte.

**UTBILDNINGSINVESTERINGAR**




Statistiken från den amerikanska marknaden visar på bättre ekonomisk utveckling för företag som investerar mer i utbildning än genomsnittet. Grafen är hämtad från Beyond Quarterly Earnings: Using measurements to create sustainable Growth, Lauri Bassi mfl.

Med hjälp av simuleringar ökar inlärningsförmågan. Animeringen visar hur en blodpropp bildas i ett skadat blodkärl.



**Arbetsmarknaden** i Sverige står inför stora omstruktureringsproblem.
Samhällets kostnader för arbetslösa personer stiger. Ju snabbare den arbetssökande kommer i arbete desto lägre blir samhällets kostnader på kort sikt. På längre sikt är det även en fördel att den arbetslöse kunnat omskolas till att utföra arbete där det kommer att finnas en framtida efterfrågan.

Anta att genomsnittstiden innan en arbetslös kommer i arbete är ett år. Varje år kostar en arbetslös ca 300.000 per år. Antag att det kostar 40.000 att omskola personen till ett annat arbete och att 90% av de omskolade får arbete efter sex månader. Då ser kalkylen ut som följer.

| | |
|---|---|
| Samhällets kostnad om 100 personer gick arbetslösa ett år: | 30 Mkr |
| Kostnad de första 6 månaderna | 15,0 Mkr |
| Antag att AcadeMedia Works program kostar per arbetslös. | 40.000 kr |
| **Total kostnad** | **4,0 Mkr** |
| Kostnad följande sex månader | 1,5 Mkr |
| **Summa** | **20,5 Mkr** |

Med dessa antaganden skulle samhället spara ca. 10 Mkr per 100 arbetslösa. Med 100 000 arbetslösa är besparingarna 10 miljarder kr.

Det är lätt att se att AcadeMedias lösningar skapar ett ekonomiskt värde, antingen i besparingar eller genom möjligheter till konkurrensfördelar och ökade vinster. Hur mycket beror på verksamhetens art och kunskapens betydelse för verksamheten.

# De olika enheterna

## Gravity

Kunskap är en betydelsefull nyckel för framgång vid förbättringar av affärsprocesser. Ständiga förbättringar inom såväl industrin som servicenäringen är ett viktigt verktyg för att förbättra lönsamheten. Ju större verksamheten är desto större utmaning och potential till ökad lönsamhet, konkurrensfördelar och ökade vinster. Gravitys värdeskapande ligger i kunskapen om hur man med hjälp av utbildnings- och kunskapslösningar skapar mätbar ekonomisk nytta genom effektivisering och förbättring av olika verksamhetsprocesser.

Gravity

- analyserar verksamhetsprocesser och lämnar förslag på hur ökad kunskap kan förbättra och effektivisera processerna.
- utvecklar och skapar utbildnings- och kunskapslösningar som fyller de kompetensgap som finns i organisationen.
- tar ansvar för implementeringen av att den kritiska kunskapen verkligen blir tillförd hela organisationen och att den används på avsett sätt.
- redovisar hur effektiviseringen skapat mätbar nytta.

Exempel på verksamhetsprocesser är säljprocessen, produktlanseringsprocessen och introduktionsprocessen av nyanställda.

### SERVICE- OCH FÖRSÄLJNINGSUTBILDNING

Konkurrensen inom detaljhandeln är stenhård. Prispress inom detaljhandeln skapar ytterligare tryck på att personalen har affärsfantasi, affärsmannaskap och förmåga att ta kunden till ett avslut. I många detaljhandelskedjor är personalen närmast kund ung, inte alltid högutbildad och personalomsättningen hög. Traditionell utbildning är resurskrävande och långsam. ”Train the trainer” medför risken att alla inte får samma kvalité på utbildningen. Dessutom har man inga möjligheter att få en utbildning som är anpassad efter varje elevs förutsättningar, tid och förmåga.

**Thorn** är det ledande företaget inom uthyrning av vit- och brunvaror i Skandinavien.

Företagsledningen identifierade kompetensfrågan hos personalen närmast kund som en av de viktigare frågorna i samband med att man förändrade strategin i koncernen.

Med bättre kunskap och kompetens hos callcenter och säljare skulle man kunna nå högre försäljningsmål.

Tillsammans med kunden analyserade Gravity vilken kunskapslösning som bäst och snabbast skulle skapa måluppnåelse. Resultatet blev en simulerad och spelbaserad e-learninglösning som omfattar hela säljprocessen, E-mystery shopper.

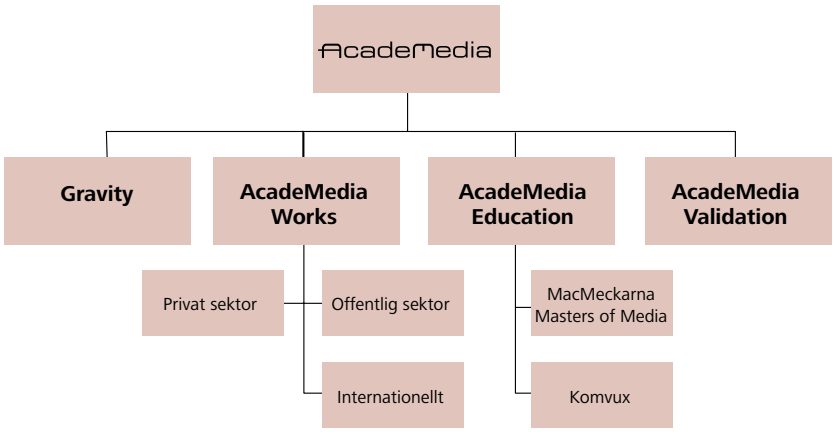
Spelmomentet valdes som lösning då eleverna var unga, spelorienterade och tävlingsinriktade.

Fokus i spelet låg på koncept, kundbemötande, säljprocess och produktinförsäljning. Spelet är utformat så att lärandet är i centrum, dvs. det är inget spel som man snabbt kan gissa sig igenom, utan det krävs noggranna överväganden som efter uppnådda utbildningsmål ska sitta i ”ryggmärgen”.

Utbildningsresultatet ska i sin tur leda till ett affärsresultat inom en viss tidsrymd. Därför var det viktigt att bestämma målsättningar på flera nivåer. Thorn valde att bestämma följande mål:

- Konkreta och kvantifierbara kunskapsmål.
- Tidsmål när samtliga i målgruppen ska ha genomgått träningen
- Tidsmål när samtliga i målgruppen ska vara godkända

**ACADEMEDIA KONCERNEN**






**Thorns personal utbildas** i kundbemötande, säljprocess och produktinförsäljning genom Gravitys spel E-Mystery Shopper.

- Kvalitativa mål
- Motivationsmål.

E-mystery shopper är ett webbaserat säljträningsspel som går ut på att träna på att genomföra ett effektivt säljmöte eller kunddialog, dvs, en nöjd kund som köper. Spelet är inriktat på realistiska, slumpartade kundsituationer. Det är antingen ett besök i butiken eller en kund som ”ringer in”. Säljaren ges ett antal valmöjligheter i form av olika frågor att ställa till kunden. Beroende på vald fråga så svarar kunden och reagerar på olika sätt och med olika humör.

Utöver detta får säljarna under spelets gång fortlöpande feedback i form av plus- eller minuspoäng samt var i Thorns säljprocess säljaren och kunder befinner sig. Parallellt med kundens svar genereras ytterligare en uppsättning frågor att välja bland. Dialogen fortsätter tills den anställde antingen lyckats eller misslyckats att sälja in en lösning för kunden. I värsta fall lämnar kunden butiken eller lägger på luren. Varje genomfört fall medför individuell feedback.

I etapp två kopplas kunskapsmålen till resultatmål.

Utbildningen innehåller, precis som i verkligheten, oförutsedda händelser med syfte att träna säljarna att bibehålla kunden i centrum. Händelserna kräver agerande på olika sätt och även dessa ger poäng och fortlöpande feedback.

Det helt avgörande för att lyckas med en utbildningssatsning av denna omfattning är att man får de anställda att genomföra utbildningen. Tre faktorer måste vara uppfyllda. Eleverna måste vara förberedda, villiga samt ha möjlighet och förmåga att genomföra utbildningen. Många missar redan på det första kriteriet - Varför ska vi genomföra denna utbildning?

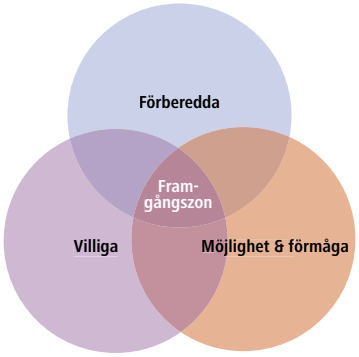
Thorn gjorde en noggrann planering tillsammans med Gravity om hur kriterierna skulle uppnås och har genom att:

- Upprätta en genomtänkt och kreativ lanserings- och uppföljningsplan kopplat till mål
- Ha en dedikerad och driven projektledare med förmåga att skapa verkställighet
- Understödja en befintlig förändringsinriktad kultur
- Utforma utbildningslösningen för att dra fördel av elevernas drivkrafter
- Skapat förutsättningar för en framgångsrik utbildningslösning som syftar till att öka försäljningen.

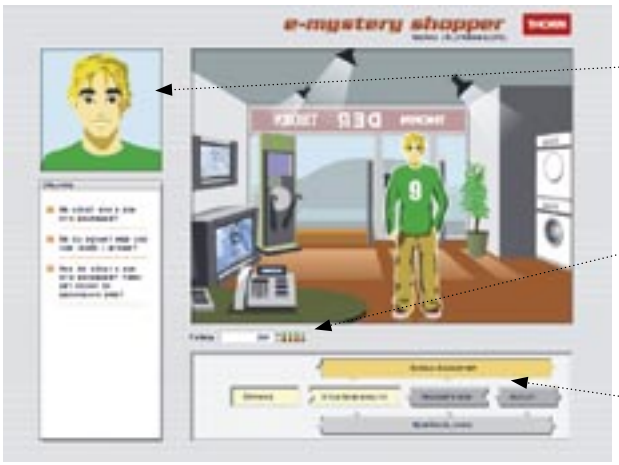
Nått följande resultat för etapp ett:

- Över 60 % av målgruppen hade genomgått träningen drygt en månad efter lansering. Nästan lika stor andel av övriga anställda inom Thorn.
- Ca 70% av de som har genomfört träningen har även repeterat den upprepade gånger.
- Mycket stor andel med godkänt resultat.

**FRAMGÅNGSZON**




**E-MYSTERY SHOPPER**




Slumpade kundfall, oförutsedda händelse och humörindex gör kundsituationerna realistiska.

Medarbetaren får + eller – poäng beroende på hur bra kunden hanteras och hur väl medarbetaren lyckas med försäljningen, enligt Thorns koncept.

Medarbetaren lär sig förstå var i säljprocessen denne och kunden är och att ställa rätt fråga i förhållande till aktuellt läge.

• Övergripande mycket positivt intryck av E-mystery shopper från användarna (klart över betyg 4 i snitt på en femgradig skala).
• Över 90% upplever att säljträningsspelet bidrar till att man blir en bättre säljare.
• Över 95% har för avsikt att träna/spela flera gånger.

**GEMENSAMMA VÄRDERINGAR VIKTIGA FÖR STORA INTERNATIONELLA FÖRETAG**

Hur utbildar man de anställda för att skapa en likartad kunskap om koncernen och en gemensam företagskultur när man består av 148 olika enheter över hela världen med mer än 20.000 anställda?

Lösningen som valts av många företag är en omfattande interaktiv utbildning som utnyttjar möjligheterna med multimedia i kombination med övningar som genomförs i den verkliga arbetsmiljön.

En gemensam företagskultur och gemensamma värderingar är viktiga för för att nå uppsatta mål, både på kort och på lång sikt. Utmaningen är att alla anställda inte bara ska kunna och förstå företagets kultur och värderingar utan även dela dem. Många anställda, stor geografisk utbredning av koncernen samt tillväxt och företagsförvärv ökar utmaningen.

Dels handlar det om att bestämma hur värdegapet ser ut, dels om att fylla gapet och följa upp och dels om att förstärka och tydliggöra företagskultur och värderingar med utbildning.

Gravity har stor erfarenhet av olika konsultuppdrag där man tillsammans med kunden ta fram tekniska, pedagogiska och kvalitetssäkrande utbildningssystem för introduktions-, företags-, kulturs-, och företagsvärderingsutbildningar åt bland annat Volvo, Sydkraft, Trelleborg, Tetra Pak och nu senast till SKF. Alla lösningar har unika inslag just för att stödja varje kunds unika företagskultur samt tekniska och pedagogiska krav.

Nya tider och nya generationer ställer nya krav på introduktionsutbildningar. Det behövdes ett nytänkande. Målet med utbildningen är att de nyanställda ska kunna och förstå företagens värdekedja. Alla anställda ska kunna nätverka och vara goda ambassadörer för företaget. Utbildningarna är moduluppbyggd i exempelvis, identitet, värderingar, varumärken, miljö m.m.

Efter avklarad utbildning, som är webbaserad, får eleverna ofta följa värdekedjan på plats. Ibland har detta kombinerats med olika praktiska moment som exempelvis gruppövningar, kunskapstester och en medaljcermoni för de som godkänts.

Förutom utbildningsresultatet har kunden uppnått vinster med att korta ledtiden för att få de nyanställda produktiva, fått enklare administration och fullständig frihet när var och en kan genomgå den webbaserade delen av utbildningen. En webbaserad utbildning har därutöver fördelarna att alla får samma kvalité, alla i hela koncernen kan nås, även tidigare anställda, och repetition kan göras när som helst vid behov.

**NÖJDA KUNDER**

AcadeMedias kundnöjdhetsprogram startade med Gravity där en kvalitativ studie genomfördes sommaren 2002. För att säkerställa objektiviteten genomfördes mätningen av ett fristående företag.

Resultatet från undersökningen sammanfattades på följande sätt:

" • Gravity har goda kundrelationer. Intervjupersonerna är positivt inställda till Gravity och har en positiv attityd till verksamheten. Detta illustreras tydligast av att intervjupersonerna ger ett sammanfattande snittbetyg på 5,4 när de får bedöma samarbetet på en sjugradig skala (där sju är det högsta betyget).
• En viktig faktor i detta är fungerade personliga kontakter/relationer. Kontaktpersonerna uppfattas som aktiva genom att de följer upp och återkommer med svar på frågor och problem. Detta är något som uppfattas som en brist hos många företag. Intervjupersonerna lyfter även fram rakhet och öppenhet när det gäller kommunikation som styrkor i samarbetet vilket också ska betraktas som en styrka."

Ytterligare positiva resultat från undersökningen:

" • Kompetens lyfts fram som den främsta styrkan.
• Nyttan kunderna upplever är att Gravity effektiviserar, t ex skapar tids- och kostnadsbesparingar eller snabb informationsspridning.
• En annan nytta som kunderna upplever är att de kan mäta och höja sin/andras kunskapsnivå."

## AcadeMedia Education

AcadeMedia Education genomför utbildningar i en ändamålsenlig kombination av lärare, modern teknik och praktik i olika former.

Kännetecknande för verksamheten inom Education är att bedriva utbildning som är praktisk och yrkesinriktad.

### KOMVUX

Sommaren 2002 blev AcadeMedia certifierad av Stockholms kommun att bedriva KOMVUX-utbildning. Utbildningarna startade i januari 2003 och bedrivs inom media- och IT-området.

### MASTERS OF MEDIA

**Masters of Media** är landets ledande yrkesskola för längre utbildningar inom informations- och mediateknik.

Alla de idag sju olika utbildningslinjerna ger en hög kompetens inom informations- och mediateknik. Därtill byggs de olika utbildningarna på med ämneskombinationer som ger utbildningarna deras profil och särart. Samtliga utbildningar leder till en kvalificerad yrkesexamen på 80-105 poäng inom informations- och mediateknik.

- Mediateknik
- IT-pedagogik
- Cross Media Producer
- E-learningdesign
- Projektledning
- Informationsdesign
- Mediaprogrammering

Utbildningarna inom AcadeMedia Education genomförs med en pedagogik som utnyttjar hela läropyramiden (se sid 22). Samtliga utbildningar är yrkesförberedande.

En viktig grundsten för alla utbildningar på Masters of Media är ett nära och gott samarbete med branschen.

Vid framtagning av utbildningsprogram är branschen redan med på idéstadiet för att säkerställa att innehållet ligger helt i linje med arbetslivets kompetenskrav. Representanter för branschen är med både i ledningsgrupp och utvecklingsråd för Masters of Media. Detta gör att det är förhållandevis lätt för studenterna att få kvalificerade anställningar efter avslutad utbildning.

AcadeMedia Education försöker utveckla kreativa människor med teknisk kompetens inom ny informations- och mediateknik som branschen efterfrågar. De studenter som blir antagna till någon Masters of Medias utbildningar ska räkna med två tuffa, men utvecklande år. De som får examen kan genom utbildningens praktiska upplägggning, direkt sättas i arbete vid anställning. Det gör att efterfrågan på studenter från Masters of Media är stor.

Utbildningarna bedrivs som KY-utbildningar (Kvalificerad Yrkesutbildning), vilket innebär att utbildningarna i sin helhet är finansierade av KY-myndigheten.

### EFTER MASTERS OF MEDIA

Varje år examineras ca 700 studenter från Masters of Media. Vart tar de vägen? De senaste åren har de lämnat skolan för att möta den tuffa ”verkligheten”. En svältande it-bransch där man som nyexaminerad kanske inte direkt kan välja och vraka bland jobberbjudanden. Så var finns de då? Får de jobb?

I november 2002 gjorde AcadeMedia en efterforskning för att leta rätt på före detta studenter. Vi hittade dem i alla typer av branscher, från statliga och kommunala organisationer som SJ och skol- och fritidsnämnder till reklambyråer som Ogilvy. Det finns Mastersstudenter också inom de riktigt stora företagen - SAS, Sandvik, Microsoft, Oriflame, Volvo med flera.

Lisa Löfgren, Robert Waern, Anders Fredin, Sandra Johansson och Louise Gårdmark är alla studenter från Masters of Media och arbetar idag på IKEA Catalogue Services. Lisa och Louise arbetar som Art Directors, Sandra som projektledare och Anders och Robert arbetar som produktionsledare.

Det är ingen slump att de hamnade på just IKEA. Det ligger i linje med deras intresse. Inom IKEA pågår mycket mediaproduktion, vilket ger dem stora möjligheter att utvecklas. Sandra arbetade innan Masterstiden som butikschef på ”Mulberry at Home” på ”NK Stockholm”. Det var intresset för inredning som lockade henne till



**Studenter från Masters of Media på IKEA.** Anders, Lisa, Sandra, Robert och Louise hamnade i olika yrkesroller på IKEA efter utbildningen hos Masters of Media.

IKEA. Louise fick kontakt med IKEA via en före detta Mastersstudent.

Lisa är övertygad om att hon inte hade fått arbete som AD om hon inte hade studerat på Masters of Media. Även som AD har hon stor nytta av den projektledarkunskap hon fick på utbildningen. Det har gjort att hon själv har lättare att strukturera sina projekt och det har i sin tur gett henne förståelse för de andra yrkesgrupperna som hon jobbar med.

– Vi fick bred kunskap i programhantering, allt från webb till tryck, och det har gjort att vi har lättare att se vilket media som bäst lämpar sig för den kommunikation vi vill få ut, säger Lisa.

Robert, Louise och Anders berättar om den branschnära grund och yrkesmässiga självsäkerhet som Masters har givit dem.

– Masters var en bro mellan skola och arbetsliv. Praktikperioderna gav möjlighet för individuell specialisering och att skapa kontakter på arbetsmarknaden, säger Louise.

I dag försöker de hålla kontakten med sina före detta studiekamrater från Masters.

#### IT-UTBILDNINGAR

It-utbildningar är en stor utbildningssektor även om den fortsatt att minska under 2002. Emellertid kommer det att finnas intressanta utvecklingsmöjligheter för it-utbildningar inom de närmaste åren.

Många företag måste byta ut äldre operativsystem i och med att Microsoft upphör med att ge support på de äldre systemen. Därmed följer uppgraderingar av såväl operativsystem som applikationsprogram.

Kunderna kan då välja att uppgradera antingen till Microsofts modernare produkter eller till det som brukar kallas för open source system.

Oavsett vilken väg kunderna väljer, kommer det att medföra både behov av utbildning och konsulthjälp. För att möta detta behov förvärvade AcadeMedia i början av 2003 Computer Researchs Stockholmsverksamhet.

It-utbildningarna är inriktade dels mot företagsutbildning och dels KOMVUX i Stockholm.

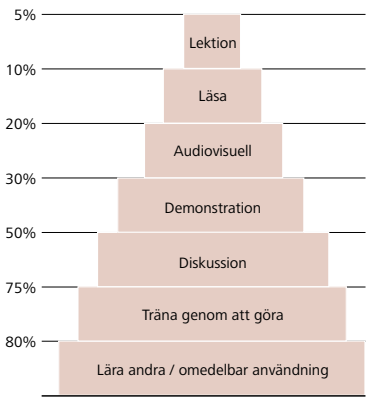
## Academedia Validation

AcadeMedia Validation är en helt ny affärsenhet tillkommen vid årsskiftet. Validations verksamhet är inriktad på tre olika områden;

- Tillhandahålla testverktyg för kunder som vill skapa sina egna tester
- För kunder som vill validera kunskap så man anpassar utbildning efter varje elevs kunskaper och förutsättningar – individuell studieplan genom diagnostester
- För kunder som vill säkerställa kvalité på utbildningsresultat – individuellt genom certifieringstester

Huvuddelen av verksamheten kommer att ligga inom de två sistnämnda områdena.

**LÄROPYRAMIDEN**




Enligt National Institute for Applied Behavioral Sciences.

Skalan visar den genomsnittliga kunskapsbehållningen av olika undervisningsmetoder.

## AcadeMedia Works

Svenskt näringsliv presenterade i slutet av 2002 resultatet av en undersökning som visade att det fanns 120.000 lediga arbeten i Sverige. Samtidigt fanns det en stor grupp som var arbetslös. Orsaken till att utbud och efterfrågan inte möts beror på att det finns ett kompetensgap. De arbetslösas kompetens matchar inte arbetsgivarnas efterfrågan. Problemen kommer inte att minska utan snarare att öka framöver. Därtill kommer, att arbetslösheten stiger, inte bara i Sverige utan även i våra europeiska grannländer. Obalansen kan vara såväl regional som nationell.



Traditionell utbildning har inte haft den flexibilitet och ändamålsenlighet som krävts för att lösa problemet.

Ohälsotalen på den svenska arbetsmarknaden indikerar att det finns en stor grupp individer som har arbete men som vantrivs och skulle vilja karriärväxla. Begränsningar i utbildnings- och finansieringsmöjligheterna omöjliggör emellertid en karriärväxling.

Varslen om friställningar duggar allt tätare och företag behöver hjälp med att ta hand om de som friställs.

Ny media och medieteknik skapar förutsättningar för en flexibilitet som skulle kunna lösa problemen med att matcha arbetslösa mot de lediga arbeten som finns. AcadeMedia Works lösning marknadsförs som ”Platsportalen”. Lösningen är principiellt enkel och bygger på följande fyra delmoment:

**Rekrytering – Matchning – Flexibla utbildningsformer – Praktik och slutligen fast arbete.**

Huvuddelen, 75%, av utbildningen förläggs på det företag där det är tänkt att den arbetslöse ska börja arbeta efter utbildningen. Resterande 25% är traditionellt lärarledd utbildning som varvas med webbaserade studier och praktik. Hittills har drygt 600 personer slussats till ”riktiga” arbeten.

I genomsnitt får 90 % fast arbete efter genomgånget program. En anledning till att metoden är så effektiv hittar man i den s.k. läropyramiden och vilken typ av lärande som skapar effekt; i den lärarledda delen kombineras lektion och diskussion, i e-learningdelen kombineras läsning, det audiovisuella och demonstration och övningar. Under praktiken, som sker fortlöpande, tillämpar eleverna det de lärt sig. Alla delar i läropyramiden, utom ”att lära andra” används, vilket ger det goda resultatet.

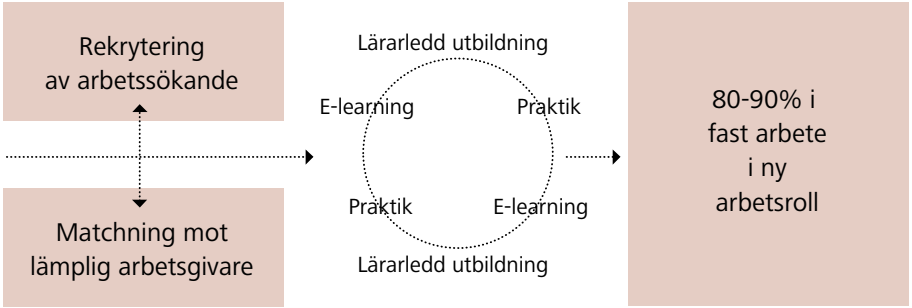
Under det gångna året har AcadeMedia Works utbildningar utvecklats inom följande områden:

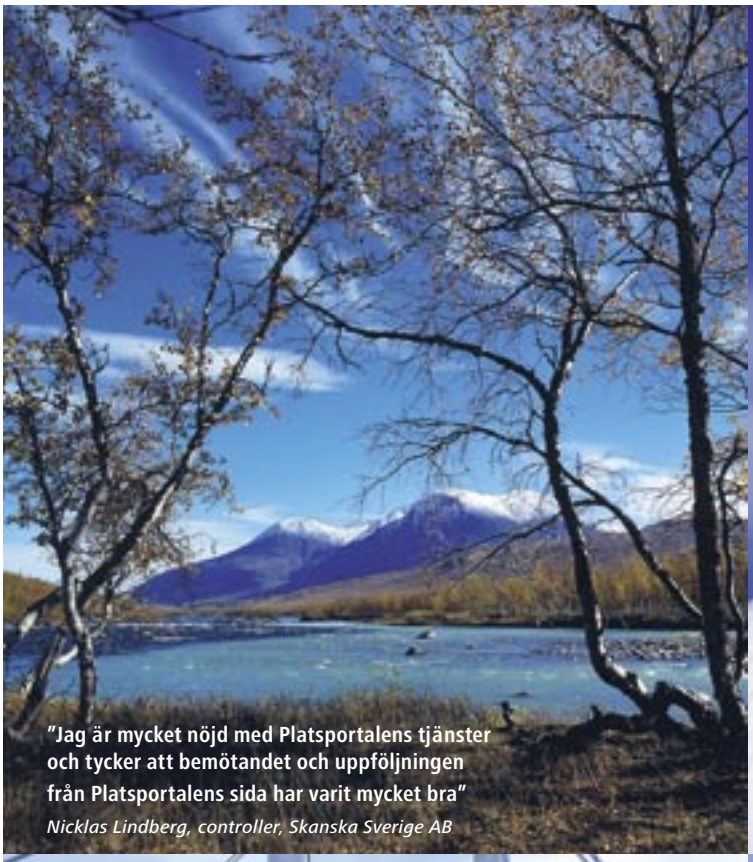
- Marknadsassistent
- Ekonomiassistent
- Kvalificerad säljare
- System/IT-Säljare
- Starta Eget
- Kundkommunikatör
- Redovisningsekonom
- Marknadsförare
- Projektmetodik
- Resesäljare
- Marknads- och kommunikationskoordinator

Ytterligare utbildningar kommer att tillkomma under 2003.

Utbildning genomförs idag på flera platser både i Sverige och i Danmark. Uppdraget i Danmark är nytt sedan sommaren 2002. Utbildningar startade i december och kommer att fortsätta att utvecklas under de kommande åren.

**ACADEMEDIA WORKS MODELL**





**"Jag är mycket nöjd med Platsportalens tjänster och tycker att bemötandet och uppföljningen från Platsportalens sida har varit mycket bra"**

*Nicklas Lindberg, controller, Skanska Sverige AB*

**"Genom att rekrytera via Platsportalen spar jag mycket tid - de vet vad jag vill ha. Utbildningens längt och mix passar mitt företag och ger deltagarna en grund att stå på. Det skarpa projektarbete deltagarna genomför under utbildningen är till stor nytta, både för dem och för företaget."**

*Anita Strömblad, säljchef, Xerox Premier Partner*





**"Det här konceptet gav oss en garanti för att vår nya medarbetare matchade vår sökprofil innan anställning. Allt har fungerat suveränt bra."**

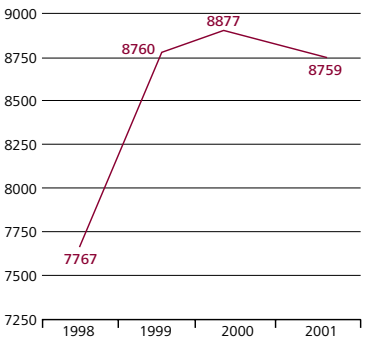
*Lars Feuk, butiksinnehavare, Expert Radio och TV*

**AcadeMedia Works** finns från Härnösand i Norr till Köpenhamn i söder.

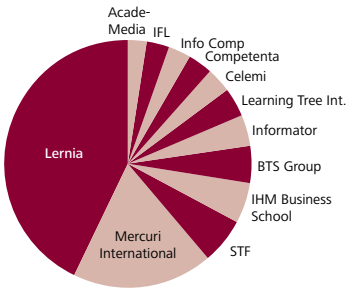
pixgallery.com

# Marknadsläget

**BRANSCHOMSÄTTNING (MKR)**




**OMSÄTTNING UTBILDNINGSFÖRETAG 2001**




Källa: Kompetensguiden

AcadeMedia verkar på fyra olika marknader, konsultmarknaden för e-learning, arbetsmarknadsutbildningar, utbildning inom mediaområdet i flexibla undervisningsformer samt schemalagd och kundanpassad utbildning inom mediaområdet.

FÖRETAGSUTBILDNING

Enligt SCB:s senaste statistik uppgår marknaden för företagens personalutbildningar till ca 17,5 miljarder. Därtill kommer kostnader för resor m.m. med 14,2 miljarder och arbetskostnad (bortovaro från arbetet) med 26,2 miljarder eller totalt 58 miljarder.

Enligt D&B:s branschstatistik omsatte samtliga företag som klassades som utbildningsföretag år 2001 ca 8,8 miljarder (se diagrammet till vänster). Totalt är de ca. 7.700 st.

De 40 största utbildningsföretagen omsatte fem miljarder kronor. Det företag som ligger sist på 40-listan omsatte 19 Mkr och det största 1.727 Mkr. 40-gruppen ökade sin fakturering med 3 % jämfört med 2000.

Skillnaden mellan den totala omsättningen för utbildningsföretagen och SCB:s statistik får närmast sökas i interna personalutbildningar hos företagen. Figuren till vänster visar de 12 största utbildningsföretagen, deras omsättning samt förändring under år 2001.

KY-UTBILDNINGAR - MEDIA

KY-utbildning är kvalificerad yrkesutbildning som finansieras av KY-myndigheten. Från år 2002 är KY en reguljär eftergymnasial utbildningsform i det svenska utbildningssystemet. Detta innebär slutet på den framgångsrika försöksverksamhet som har pågått sedan 1996.

Totalt fanns det 12 066 KY studerande hösten 2002. Av dessa är 404 elever hos AcadeMedia Education, vilket innebär en andel på ca. 3,35 % och 9,9 % av it inklusive media. AcadeMedia Education är därmed den också den enskilt största utbildningsanordnaren av KY-utbildningar. Diagrammet visar fördelningen mellan olika utbildningar. Idag har vi enbart utbildningar inom it.

ARBETSMARKNADSUTBILDNINGAR

Enligt AMS rapport Ura 2002:5, ”Var finns jobben?” täcker inte tillgänglig arbetsmarknadsutbildning det behov som finns på området. De långsiktiga rekryteringsbehoven är mycket stora, vilket beskrivs i en rapport från AMS (Den framtida personalförsörjningen inom vård och omsorg Ura 2002:3). Som orsak nämns bl.a. kommande stora pensionsavgångar och ett ökat behov av äldreomsorg.

Följande citat från AMS rapport Ura 2002: 5 visar på möjligheterna och utmaningen för framtiden:

”Den potentiella outnyttjade tillgången på arbetskraft som kan ta de lediga jobb som uppstår är liten inom många yrken, enligt arbetsförmedlingarnas bedömningar. Tillgången på arbetskraft är obetydlig inom många yrken där det krävs högskoleutbildning.

Den situationen inger oro inför en kommande konjunkturuppgång de närmaste åren på så sätt att det kan bli svårt att finna den arbetskraft som behövs för att besätta många av de lediga jobben och för att öka sysselsättningen i mer betydande omfattning.

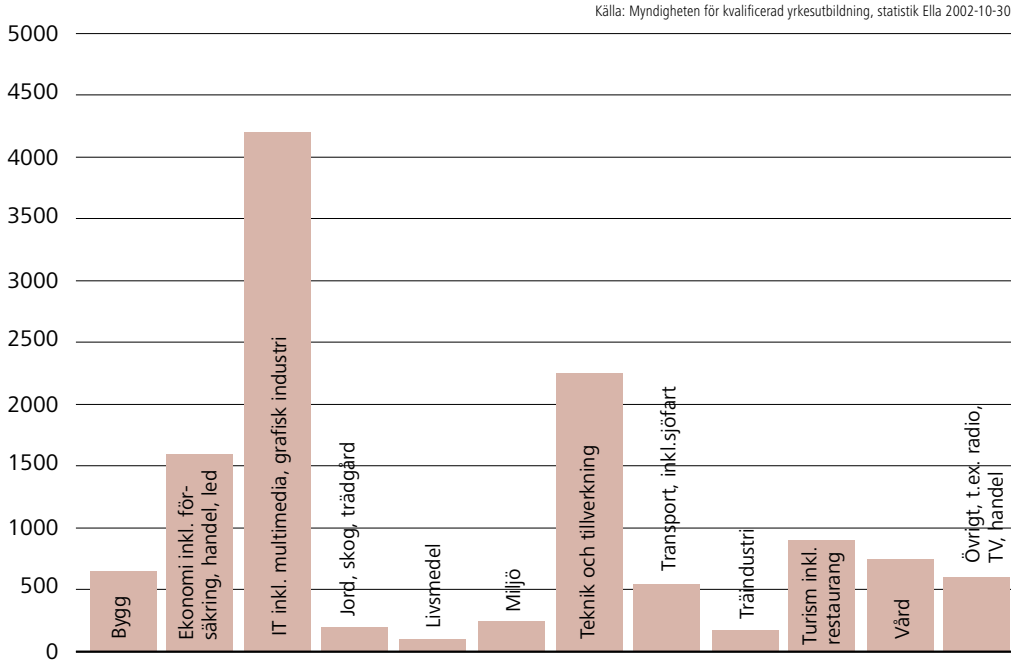
Det finns enligt vår bedömning ett antal strategiska yrkesområden där tillgången på arbetskraft är begränsad på lång sikt. Dessa områden påverkas av ökade pensionsavgångar samt av ett kontinuerligt stigande behov av arbetskraft genom att behoven av dessa yrken växer på framtidens arbetsmarknad. Denna utvecklingstendens är mest koncentrerad till vissa yrkesområden på högskolenivå, bl.a. teknikyrken, specialistyrken inom it-, vård- och omsorgsyrken samt vissa yrken inom pedagogik. Inom utbildningssystemet har dimensioneringen inte följt med i den nämnda expansionen och gapet mellan utbildningsutbudet och arbetskraftsefterfrågan har inom många yrken blivit allt större över tiden. Det kommer att medföra stora rekryteringsproblem inom en rad enskilda yrken tillhörande ovan nämnda yrkesområden."

För budgetåret 2002 anslogs 4,5 miljarder till arbetsmarknadsutbildning. Vår bedömning är att det finns en stor marknad för leverantörer som kan visa på positiva resultat av arbetsmarknadsutbildning.

**ANTAL PÅGÅENDE KY-HELÅRSPLATSER HÖSTEN 2002 PER BRANSCH**

(totalt 12 066 studerande 2002-10-30)

Källa: Myndigheten för kvalificerad yrkesutbildning, statistik Ella 2002-10-30



# Adresser

**AcadeMedia AB**
www.academedia.se

Knarrarnäsgatan 7
164 40 KISTA
Tel: 08-562 15 610
Fax: 08-562 15 611

Tulegatan 44
113 53 Stockholm

Stortorget 8
211 34 Malmö

Kungstorget 7
411 17 Göteborg

Centralplan 5
803 11 Gävle

Järnvägsgatan 2
871 45 Härnösand

Vesterbrogade 28
1620 København V
www.academedia.dk

# AcadeMedias digitala koncernpresentation

På årsredovisningens framsida sitter en cd-romskiva. Denna cd-rom innehåller en presentation som är formaterad för såväl mac som pc.

För att kunna se den behöver du ha Quicktime Player 5 eller Windows Media Player 7 installerad på din dator.

Har du inte Quicktime Player 5 eller Windows Media Player 7 hittar du en länk till en nerladdningsplats på Internet när du startar presentationen.

**PC:**
Systemkrav Windows:
Windows 98/2000/XP
Processor: Pentium II, 450 MHz
Cd-romspelare: 16x
Skärm: 800 x 600, 16 bit
Ljudkort
QuickTime 5 alt. Media Player 7

**Mac:**
Systemkrav Mac:
OS X, OS 9x
Processor: G3, 233MHz
Cd-romspelare: 16x
Skärm: 800 x 600, 16 bit
QuickTime 5

© AcadeMedia AB 2003

AcadeMedia

**Besöksadress**: Knarrarnäsgatan 7, 164 40, Kista • www.academedia.se

# AcadeMedia i Siffror 2002

AcadeMedia

# Välkommen till AcadeMedias bolagsstämma

**TID OCH PLATS**

AcadeMedias ordinarie bolagsstämma 2003 äger rum tisdagen den 22 april 2003 kl. 16.00 i AcadeMedias lokaler på Knarrarnäsgatan 7, 164 40 Kista.

**ANMÄLAN M.M**

Endast de aktieägare som är införda som ägare i den av Värdepapperscentralen VPC förda aktieboken lördagen den 12 april (till följd av att denna dag infaller på en lördag måste emellertid registrering i aktieboken vara verkställd senast fredagen den 11 april 2003) har rätt att efter anmälan delta i bolagsstämman.

Aktieägare som låtit förvaltarregistrera sina aktier måste, för att få delta i bolagsstämman, senast fredag den 11 april 2003 vara tillfälligt omregistrerad för aktierna i eget namn i aktieboken. Sådan omregistrering bör begäras hos förvaltaren i god tid före fredagen den 11 april 2003.

Aktieägare som önskar delta vid stämman skall anmäla sig senast torsdagen den 17 april 2003 kl 16.00. Vid anmälan bör uppges namn, person- eller organisationsnummer, adress och telefonnummer samt registrerat aktieinnehav. Anmälan kan göras på följande sätt.

Brev: AcadeMedia, Att: Bolagsstämma, Knarrarnäsgatan 7, 164 40 Kista
E-post: bolagstamma@academedia.se Rubrik: Bolagsstämma
Telefon: 08/562 156 10
Telefax: 08/562 156 11 Rubrik Bolagsstämma

**UTDELNING**

Styrelsen föreslår att ingen utdelning lämnas.

**KOMMANDE INFORMATIONSTILLFÄLLEN**

| | |
|---|---|
| 22 april 2003: | Delårsrapport 1, 2003 |
| 22 april 2003: | Bolagsstämma 2003 |
| 20 augusti 2003: | Delårsrapport 2, 2003 |
| 19 november 2003: | Delårsrapport 3, 2003 |
| 4 februari 2004: | Bokslutsommuniké för året 2003 |

# Innehåll

**Förvaltningsberättelse** ..... 4

**Koncernens resultaträkning** ..... 5

**Koncernens balansräkning** ..... 6

**Moderbolagets resultaträkning** ..... 8

**Moderbolagets balansräkning** ..... 9

**Kassaflödesanalys** ..... 11

**Tilläggsupplysningar** ..... 12

**Revisionsberättelse** ..... 19

**AcadeMedia aktien** ..... 20

**Finansiell utveckling i sammandrag** ..... 22

**Definitioner** ..... 23

**Kommentarer till den ekonomiska utvecklingen** ..... 23

**AcadeMedias styrelse och revisorer** ..... 25

**AcadeMedias ledning** ..... 26

# Förvaltningsberättelse

**ÅRSREDOVISNING 2002**

AcadeMedia ab (publ), org nr: 556057-2850

*Styrelsen och verkställande direktören för AcadeMedia AB får härmed avge årsredovisning för räkenskapsåret 2002.*

**VERKSAMHET**

AcadeMedia är ett konsult- och utbildningsföretag som använder modern teknik för att skapa enastående inlärningsresultat för individer och mätbar nytta för organisationer.

AcadeMedia tillhandahåller utbildning i klassrum, på distans eller i blandad form, och konsulttjänster, dels för processförbättringar där kunskap är en viktig faktor för en framgångsrik process och dels för att säkerställa kunskapskvalité samt system för att leverera, mäta och styra kunskapsutveckling och kunskapsanvändning.

**KONCERNFÖRHÅLLANDEN**

Bolaget är moderbolag i en koncern med de helägda dotterbolagen MacMeckarna Sverige AB (org nr 556527-4007), Business Intelligence Group in Europe AB (org nr 556524-7227), Maritime Education Sweden AB (org nr 556227-5213), AcadeMedia World AB (org nr 556348-8005), Cedric Utbildningar AB (org nr 556512-2867), Gravity e-learning AB (org nr 556528-6696), Rekall AB (org nr 556586-8345), Eld Interaktiv Produktions AB (org nr 556514-6650) samt deras dotterbolag.

**VÄSENTLIGA HÄNDELSER UNDER RÄKENSKAPSÅRET OCH EFTER DESS SLUT**

Koncernens nettoomsättning uppgick till 88 Mkr (99 / 84). Årets resultat blev –24,8 Mkr (-22,7 / -60,6). Det egna kapitalet uppgår till 65 Mkr (90 / 113). Antalet anställda vid årets utgång är 141 stycken (123 st / 164 st) personer, varav 45 personer är uppsagda.

AcadeMedia förvärvade i februari 2003 Computer Researchs verksamhet i Stockholm. Genom förvärvet blev AcadeMedia en rikstäckande totalleverantör av IT-utbildning. Computer Research tillför spetskompetens inom hela Microsoftområdet - såväl användarutbildning som avancerad spetsutbildning.

**ÅTGÄRDSPROGRAM**

På grund av det negativa rörelseresultatet har AcadeMedia genomfört ett massivt åtgärdsprogram för att minska kostnaderna. Åtgärdsprogrammet reducerade personalen med 45 personer och kostnader för detta åtgärdsprogram kommer även att belasta år 2003.

**INVESTERINGAR**

AcadeMedia förvärvade i november 2002 8,8% av aktiekapitalet och 6,1% av röstetalet i BTS Group AB (publ). Placeringen är i första hand finansiell. Vi ser dock i BTS internationella utbredning samt utveckling mot datorsimulerande lösningar intressanta beröringspunkter mellan företagen.

**MILJÖ**

AcadeMedia bedriver ej miljöpåverkande verksamhet.

**VALUTAEXPONERINGAR**

Koncernen har inga valutaexponeringar.

**VERKSAMHET UTANFÖR SVERIGE**

AcadeMedia bedriver verksamhet även i Danmark under namnet Platsportalen. Platsportalens utbildningskoncept är en helt ny form av arbetsmarknads-utbildning i Danmark. Nyheten är kombinationen av webbstudier på distans, lärarstöd samt praktik hos en tilltänkt arbetsgivare.

**STYRELSENS ARBETE**

AcadeMedias styrelse fastställer årligen en arbetsordning för styrelsen samt en VD-instruktion. Arbetsordningen anger bl.a styrelsens åligganden, ansvarsfördelningar, mötesplan och vilka ärenden som skall föreläggas styrelsen. Styrelsen består av fem ledamöter utan suppleanter. Bolagets styrelse har under året haft sju protokollförda sammanträden. Därutöver har styrelseledamöterna haft löpande kontakter med bolagets VD. Vid de protokollförda mötena har de ärenden avhandlats som arbetsordningen stadgar, såsom affärsläget, resultat och ställning, delårsrapporter och årsbokslut samt större investeringsbeslut. Styrelsen har sitt säte i Stockholm.

**KONCERNENS FÖRVÄNTADE FRAMTIDA UTVECKLING**

Orderingången i slutet av år 2002 samt i början av 2003 har varit god. Orderstocken per 2002-12-31 uppgår till 51 Mkr. Utsikten för 2003 är att resultatet bör bli väsentligt bättre än 2002. AcadeMediakoncernen har en stark finansiell ställning, vilket medför goda utsikter att delta i utvecklingen av branschen.

**VINSTDISPOSITION**

*Koncernen*

Koncernens fria egna kapital uppgår till –24,8 Mkr. Någon överföring till bundna reserver föreslås ej.

| *Moderbolaget* | *kronor* |
|---|---|
| Till bolagsstämmans förfogande står: | |
| Balanserat resultat | -5 797 994 |
| Årets resultat | -9 686 405 |
| Ansamlad förlust | -15 484 399 |

Styrelsen föreslår att ansamlad förlust avräknas mot bundet kapital.

Beträffande koncernens och moderbolagets resultat 2002, 2001 och 2000 samt ställning per 2002-12-31, 2001-12-31 och 2000-12-31 hänvisas till efterföljande resultat- och balansräkningar och finansieringsanalyser jämte tillhörande noter.

# Koncernens resultaträkning

| Tkr | Not | 02-01-01<br>02-12-31 | 01-01-01<br>01-12-31 | 00-01-01<br>00-12-31 |
|---|---|---|---|---|
| Nettoomsättning | 1 | 88 436 | 98 636 | 83 784 |
| Övriga rörelseintäkter inkl SPP | | 564 | 1 477 | 1 653 |
| | | **89 000** | **100 113** | **85 437** |
| **Rörelsens kostnader** | | | | |
| Varukostnad | | -9 397 | -10 994 | -15 941 |
| Övriga externa kostnader | 2, 3 | -35 621 | -33 562 | -52 124 |
| Personalkostnader | 4 | -65 330 | -76 779 | -78 488 |
| Av- och nedskrivningar: | | | | |
| Nedskrivningar | 5 | - | - | -21 209 |
| Avskrivningar enligt plan | 5, 10 | -5 925 | -6 269 | -11 186 |
| Jämförelsestörande poster | 6 | - | 3 216 | -8 612 |
| Övriga rörelsekostnader | | - | - | -87 |
| | | **-116 273** | **-124 388** | **-187 647** |
| **Rörelseresultat** | | **-27 273** | **-24 275** | **-102 210** |
| **Resultat från finansiella investeringar** | | | | |
| Övriga ränteintäkter och liknande resultatposter | 7 | 2 998 | 5 862 | 42 321 |
| Räntekostnader och liknande resultatposter | 8 | -150 | -4 591 | -685 |
| | | **2 848** | **1 271** | **41 636** |
| **Resultat efter finansiella poster** | | **-24 425** | **-23 004** | **-60 574** |
| Minoritetens andel av resultatet | | 103 | 288 | - |
| Skatt på årets resultat | | -519 | - | - |
| **ÅRETS RESULTAT** | | **-24 841** | **-22 716** | **-60 574** |
| *Resultat per aktie (kr) före utspädning* | | *-7,77* | *-7,11* | *-18,98* |
| *Resultat per aktie (kr) efter utspädning* | | *-7,77* | *-7,11* | *-18,98* |
| *Antal aktier (tusental)* | | *3 192* | *3 192* | *3 192* |

# Koncernens balansräkning

| Tkr | Not | 02-12-31 | 01-12-31 | 00-12-31 |
|---|---|---|---|---|
| **TILLGÅNGAR** | | | | |
| **Anläggningstillgångar** | | | | |
| **Immateriella anläggningstillgångar** | | | | |
| Goodwill | 9 | 450 | 750 | - |
| | | **450** | **750** | - |
| **Materiella anläggningstillgångar** | | | | |
| Inventarier, verktyg och installationer | 10 | 6 289 | 7 367 | 10 151 |
| | | **6 289** | **7 367** | **10 151** |
| **Finansiella anläggningstillgångar** | | | | |
| Aktier och andelar i intressebolag | 12 | 1 050 | 1 050 | 1 060 |
| Övriga finansiella anläggningstillgångar | 13 | 13 283 | 205 | 205 |
| | | **14 333** | **1 255** | **1 265** |
| **Summa anläggningstillgångar** | | **21 072** | **9 372** | **11 416** |
| **Omsättningstillgångar** | | | | |
| **Varulager** | | | | |
| Färdiga varor och handelsvaror | | 81 | - | - |
| | | **81** | - | - |
| **Kortfristiga fordringar** | | | | |
| Kundfordringar | | 9 064 | 8 994 | 6 170 |
| Skattefordringar | | 521 | 156 | 384 |
| Övriga fordringar | | 361 | 628 | 4 629 |
| Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter | 14 | 4 178 | 7 891 | 8 701 |
| Övriga kortfristiga placeringar | 15 | 28 774 | 74 371 | 106 000 |
| | | **42 898** | **92 040** | **125 884** |
| **Kassa och bank** | | **19 468** | **14 063** | **5 063** |
| **Summa omsättningstillgångar** | | **62 447** | **106 103** | **130 947** |
| **SUMMA TILLGÅNGAR** | | **83 519** | **115 475** | **142 363** |

# Koncernens balansräkning

| Tkr | Not | 02-12-31 | 01-12-31 | 00-12-31 |
|---|---|---|---|---|
| **EGET KAPITAL OCH SKULDER** | | | | |
| **Eget kapital** | 16 | | | |
| **Bundet eget kapital** | | | | |
| Aktiekapital | | 6 384 | 6 384 | 6 384 |
| Bundna reserver | | 83 787 | 106 503 | 143 391 |
| | | **90 171** | **112 887** | **149 775** |
| **Fritt eget kapital** | | | | |
| Fria reserver | | - | - | 23 686 |
| Årets resultat | | -24 841 | -22 716 | -60 574 |
| | | **-24 841** | **-22 716** | **-36 888** |
| **Summa eget kapital** | | **65 330** | **90 171** | **112 887** |
| **Minoritetens andel** | | **525** | **633** | - |
| **Avsättningar** | | | | |
| PRI pensioner | | - | - | 44 |
| | | - | - | **44** |
| **Långfristiga skulder** | | | | |
| Checkräkningskredit (limit 350 /350 /3.000 ) | | - | - | 478 |
| | | - | - | **478** |
| **Kortfristiga skulder** | | | | |
| Förskott från kunder | | 1 394 | 4 710 | 225 |
| Leverantörsskulder | | 2 344 | 6 483 | 11 148 |
| Övriga skulder | | 4 725 | 4 015 | 4 380 |
| Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter | 18 | 9 201 | 9 463 | 13 201 |
| | | **17 664** | **24 671** | **28 954** |
| **SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER** | | **83 519** | **115 475** | **142 363** |
| Ställda säkerheter | 19 | 350 | 350 | 2 350 |
| Ansvarsförbindelser | 19 | - | - | 5 |

# Moderbolagets resultaträkning

| Tkr | Not | 02-01-01<br>02-12-31 | 01-01-01<br>01-12-31 | 00-01-01<br>00-12-31 |
|---|---|---|---|---|
| Nettoomsättning | 1 | - | - | 11 |
| | | - | - | **11** |
| **Rörelsens kostnader** | | | | |
| Övriga externa kostnader | | -5 993 | -3 922 | -10 379 |
| Personalkostnader | 4 | -6 442 | -5 139 | -5 142 |
| Nedskrivningar av aktier i intressebolag | 12 | - | -15 245 | -59 039 |
| Avskrivningar och nedskrivningar | 5, 10 | -358 | -427 | -1 284 |
| Jämförelsestörande poster | 6 | - | 3 216 | -12 945 |
| | | **-12 793** | **-21 517** | **-88 789** |
| **Rörelseresultat** | | **-12 793** | **-21 517** | **-88 778** |
| **Resultat från finansiella investeringar:** | | | | |
| Övriga ränteintäkter och liknande resultatposter | 7 | 2 883 | 3 560 | 41 351 |
| Övriga ränteintäkter och liknande resultatposter koncern | | 2 489 | 15 098 | 37 588 |
| Räntekostnader och liknande resultatposter | 8 | -10 | -4 235 | -186 |
| | | **5 362** | **14 423** | **78 753** |
| **Resultat efter finansiella poster** | | **-7 431** | **-7 094** | **-10 025** |
| Skatteeffekt på koncernbidrag | | -2 255 | -6 364 | -13 059 |
| **ÅRETS RESULTAT** | | **-9 686** | **-13 458** | **-23 084** |

# Moderbolagets balansräkning

| Tkr | Not | 02-12-31 | 01-12-31 | 00-12-31 |
|---|---|---|---|---|
| **TILLGÅNGAR** | | | | |
| Anläggningstillgångar | | | | |
| Materiella anläggningstillgångar | | | | |
| Inventarier, verktyg och installationer | 10 | 433 | 445 | 501 |
| | | **433** | **445** | **501** |
| Finansiella anläggningstillgångar | | | | |
| Aktier i dotterbolag | 11 | 15 211 | 7 211 | 6 856 |
| Aktier och andelar i intresseföretag | 12 | 1 050 | 1 050 | 1 060 |
| Övriga finansiella anläggningstillgångar | 13 | 13 078 | - | - |
| | | **29 339** | **8 261** | **7 916** |
| Summa anläggningstillgångar | | **29 772** | **8 706** | **8 417** |
| Omsättningstillgångar | | | | |
| Kortfristiga fordringar | | | | |
| Kundfordringar | | - | 4 | 97 |
| Fordringar hos koncernbolag | | 12 573 | 9 334 | 13 261 |
| Övriga fordringar | | 182 | 164 | 491 |
| Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter | 14 | 749 | 2 291 | 1 368 |
| Övriga kortfristiga placeringar | 15 | 27 749 | 74 371 | 106 000 |
| | | **41 253** | **86 164** | **121 217** |
| Kassa och bank | | **12 035** | **2 948** | **780** |
| Summa omsättningstillgångar | | **53 288** | **89 112** | **121 997** |
| **SUMMA TILLGÅNGAR** | | **83 060** | **97 818** | **130 414** |

# Moderbolagets balansräkning

| Tkr | Not | 02-12-31 | 01-12-31 | 00-12-31 |
|---|---|---|---|---|
| **EGET KAPITAL OCH SKULDER** | | | | |
| Eget kapital | 17 | | | |
| Bundet eget kapital | | | | |
| Aktiekapital ( 3 192 001 st á 2 kr ) | | 6 384 | 6 384 | 6 384 |
| Överkursfond | | 90 094 | 119 917 | 176 581 |
| | | **96 478** | **126 301** | **182 965** |
| Fritt eget kapital | | | | |
| Balanserat resultat | | -5 798 | -16 365 | -33 579 |
| Årets resultat | | -9 686 | -13 458 | -23 084 |
| | | **-15 484** | **-29 823** | **-56 663** |
| **Summa eget kapital** | | **80 994** | **96 478** | **126 302** |
| Kortfristiga skulder | | | | |
| Leverantörsskulder | | 266 | 442 | 1 802 |
| Skulder till koncernföretag | | 276 | - | - |
| Skatteskuld | | - | - | 27 |
| Övriga skulder | | 264 | 96 | 239 |
| Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter | 18 | 1 260 | 802 | 2 044 |
| | | **2 066** | **1 340** | **4 112** |
| **SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER** | | **83 060** | **97 818** | **130 414** |
| Ställda säkerheter | | - | - | - |
| Ansvarsförbindelser | 19 | 5 080 | 5 080 | 6 453 |

# Kassaflödesanalys

| | Koncernen | | | Moderbolaget | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| tkr | **2002** | **2001** | **2000** | **2002** | **2001** | **2000** |
| **DEN LÖPANDE VERKSAMHETEN** | | | | | | |
| Resultatet efter finansiella poster | -24 425 | -22 716 | -60 574 | -7 431 | -7 094 | -10 025 |
| Reaförlust/vinst försäljning dotter/intressebolag | - | 2 150 | -36 793 | - | 2 150 | -36 793 |
| Nedskrivning av anläggningstillgångar | - | - | 21 209 | - | 15 245 | 59 039 |
| Avskrivning av anläggningstillgångar | 5 925 | 6 119 | 11 186 | 358 | 427 | 1 284 |
| Förändring avsättning av pensioner | - | -44 | -69 | - | - | - |
| Skatt | -519 | - | - | -2 255 | -6 364 | -13 059 |
| **Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapital** | **-19 019** | **-14 491** | **-65 041** | **-9 328** | **4 364** | **446** |
| Kassaflöde från förändringar i rörelsekapitalet | | | | | | |
| Ökning -/minskning + av varulager | -81 | 0 | 14 469 | - | - | - |
| Ökning -/minskning + av fordringar | 3 545 | 2 215 | 16 673 | -1 711 | 3 422 | 23 382 |
| Ökning +/minskning - av skulder | -7 007 | -4 283 | -4 661 | 726 | -2 772 | -1 821 |
| **Kassaflöde från den löpande verksamheten** | **-22 562** | **-16 559** | **-38 560** | **-10 313** | **5 014** | **22 007** |
| **INVESTERINGSVERKSAMHETEN** | | | | | | |
| Förvärv / försäljning av dotterbolag | - | -100 | 143 | - | -1 000 | -20 642 |
| Förvärv av finansiella anläggningstillgångar | -13 078 | -900 | -18 508 | -13 078 | 0 | -416 |
| Förvärv av materiella anläggningstillgångar | -4 552 | -3 332 | -7 833 | -346 | -370 | -330 |
| Avyttring av finansiella anläggningstillgångar (intressebolag) | | -1 216 | 41 865 | - | -2 140 | 41 865 |
| **Kassaflöde från investeringsverksamheten** | **-17 630** | **-5 548** | **15 667** | **-13 424** | **-3 510** | **20 477** |
| **FINANSIERINGSVERKSAMHET** | | | | | | |
| Nyemission | - | - | 118 685 | - | - | 118 685 |
| Erhållet / lämnat koncernbidrag | - | - | - | -13 798 | -30 965 | -68 125 |
| Ökning +/minskning - av långfristig skuld | - | -522 | -4 266 | - | - | - |
| **Kassaflödet från finansieringsverksamhet** | **0** | **-522** | **114 419** | **-13 798** | **-30 965** | **50 560** |
| Årets kassaflöde | -40 192 | -22 629 | 91 526 | -37 535 | -29 461 | 93 044 |
| Likvida medel vid årets början | 88 434 | 111 063 | 19 537 | 77 319 | 106 780 | 13 736 |
| Likvida medel vid årets slut* | 48 242 | 88 434 | 111 063 | 39 784 | 77 319 | 106 780 |
| Varav kortfristiga placeringar | 28 774 | 74 371 | 106 000 | 27 749 | 74 371 | 106 000 |

* Likvida medel innefattar banktillgodohavanden och kortfristiga placeringar.

# Tilläggsupplysningar

## Not 1: REDOVISNINGS- OCH TILLÄGGSUPPLYSNINGAR

**Allmänna upplysningar**
Bolagets årsredovisning för 2002 är upprättad i enlighet med årsredovisningslagen (1995:1554) och Redovisningsrådets rekommendationer och uttalanden. Om inte annat anges är principerna oförändrade jämfört med föregående år.

Beloppen anges i tkr om ej annat anges.

**Koncernredovisningsprinciper**
Koncernredovisningen omfattar AcadeMedia AB och samtliga företag i vilka Academedia AB genom direkt eller indirekt ägande via dotterbolag förfogar över mer än 50 procent av röstetalet för samtliga aktier och andelar. Koncernredovisningen är upprättad enligt Redovisningsrådets rekommendation RR1:00 och med tillämpning av förvärvsmetoden. Metoden innebär att tillgångar och skulder som det förvärvande bolaget äger vid förvärvstillfället värderas för att fastställa dess koncernmässiga anskaffningsvärde.

Eventuell skillnad mellan köpeskillingen och det koncernmässiga anskaffningsvärdet redovisas som goodwill.

Koncernens resultat- och balansräkning redovisas exklusive bokslutsdispositioner och obeskattade reserver enligt rekommendationen.

**Intäkter**
Intäkter har redovisats till det verkliga värdet av vad som erhållits eller kommer att erhållas. Koncernen tillämpar successiv vinstavräkning, vilket innebär att uppdragsinkomster redovisas som intäkt i den redovisningsperiod då arbetet utförs.

**Immateriella anläggningstillgångar**
*Goodwill*
Aktivering av goodwill bedöms varje år med hänsyn till bedömd ekonomisk livslängd i enlighet med Redovisningsrådets rekommendation RR 1:00 och RR 17.

**Materiella anläggningstillgångar**
Anläggningarna redovisas till anskaffningskostnad med avdrag för planmässig avskrivning baserad på en bedömning av tillgångarnas ekonomiska livslängd.

**Avskrivningar enligt plan har gjorts enligt följande:**

| | |
|---|---|
| Inventarier, verktyg och installationer | 20-33% |
| Goodwill | 33% |

**Varulager**
Varulagret värderas enligt lägsta värdets princip med beaktande av inkurans.

**Övriga tillgångar och skulder**
Fordringar har tagits upp till nominellt belopp efter avdrag för osäkra fordringar. Övriga tillgångar samt skulder har värderats till anskaffningsvärdet.

**Ackumulerade underskottsavdrag**
Ackumulerade underskottsavdrag (förlustavdrag) uppgick inom koncernen till 130 Mkr (90). Dessa underskottsavdrag kan användas att reducera skatten på framtida vinster. Då osäkerhet föreligger om inom vilken tidsrymd dessa underskott kan komma att utnyttjas har bolaget valt att inte redovisa uppskjuten skattefordran avseende dessa underskottsavdrag i tidigare lämnade delårsrapporter under 2002, så ej heller i årsbokslutet per den 31 december 2002. Ny utvärdering huruvida uppskjuten skattefordran för underskottsavdrag skall redovisas eller ej kommer att ske vid varje kvartalsbokslut.

**Koncernintern försäljning**
Av årets totala intäkter från försäljning har 1% ( 2% / 2% ) av försäljningen skett till företag inom koncernen. Den interna prissättningen har skett till marknadspris och intäkten har eliminerats på koncernnivå.

## NOT 2: UTSTÅENDE LEASING - OCH HYRESAVTAL

Koncernen har ej några finansiella leasingavtal av materiell betydelse. I beloppet för övriga externa kostnader ingår leasingkostnader inklusive hyra med 12 575 tkr. Återstående leasingkostnader inklusive hyra uppgår till 18 974 tkr. Dessa förfaller till betalning enligt följande

| | |
|---|---|
| Inom ett år | 9 434 |
| Senare än ett år, men inom fem år | 9 540 |
| Senare än fem år | - |
| | **18 974** |

## NOT 3: ARVODE TILL REVISORER

| | Koncernen | | | Moderbolaget | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2002 | 2001 | 2000 | 2002 | 2001 | 2000 |
| Arvoden för revision | 273 | 175 | 200 | 155 | 40 | 40 |
| Övriga arvoden | 137 | 115 | 210 | 137 | 115 | 210 |
| **Totala arvoden** | **410** | **290** | **410** | **292** | **155** | **250** |

## Not 4: PERSONALKOSTNADER

| | Koncernen | | | Moderbolaget | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2002 | 2001 | 2000 | 2002 | 2001 | 2000 |
| Medelantal anställda, Sverige | 155 | 153 | 166 | 10 | 6 | 7 |
| Medelantal anställda, Danmark | 1 | 4 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| **Totalt antal anställda** | **156** | **157** | **167** | **10** | **6** | **7** |
| varav kvinnor | 67 | 57 | 62 | 5 | 2 | 3 |
| | | | | | | |
| Löner och ersättningar | | | | | | |
| Styrelse och VD | 1 060 | 2 411 | 2 739 | 980 | 802 | 470 |
| Övriga anställda Sverige | 43 750 | 49 781 | 51 526 | 3 377 | 2 708 | 2 810 |
| Övriga anställda Danmark | 934 | 1 553 | 254 | - | - | - |
| | **45 744** | **53 745** | **54 519** | **4 357** | **3 510** | **3 280** |
| | | | | | | |
| Sociala kostnader, Sverige | 15 159 | 16 808 | 17 738 | 1 452 | 1 179 | 1 075 |
| Sociala kostnader, Danmark | 113 | 792 | 90 | - | - | - |
| Övriga personalkostnader | 4 314 | 5 434 | 6 141 | 633 | 450 | 787 |
| | 19 586 | 23 034 | 23 969 | 2 085 | 1 629 | 1 862 |
| **Totalt personalkostnader** | **65 330** | **76 779** | **78 488** | **6 442** | **5 139** | **5 142** |

### Ersättning till ledande befattningshavare och styrelse

Löner och styrelsearvoden

Till verkställande direktören i moderbolaget har under året utbetalats lön och ersättningar med 780 tkr (602 tkr), varav 180 tkr (0 tkr) utgjorde bonus. Till övriga ledande befattningshavare har under året utbetalts löner och ersättningar med 1.281 tkr (1.350 tkr). Ledande befattningshavare har incitamentsprogram som till största delen är knuten till koncernens resultat. Ersättning till styrelseledamöter har utgått under året om totalt 200 tkr (200 tkr), varav 40 tkr (40 tkr) till styrelsens ordförande. Utöver styrelsearvode har arvode för utförda tjänster utgått till en styrelseledamot. Nuvarande VD har en ömsesidig uppsägningstid om 4 månader.

Pensioner

Av moderbolagets pensionskostnader avser 107 tkr (15 tkr) gruppen styrelse och VD. Pensionsvillkoren för VD var 15% av bruttoersättningen. Utöver betalda pensionspremier förekommer inga pensionsförpliktelser. Pensionsvillkoren för ledande befattningshavare är månsbaserade på pensionsplan enligt ITP som regleras genom inbetalning till försäkringsbolag. Inga ytterligare åtagande finns.

Principer och beredningsprocess

Lön till verkställande direktören förhandlas av styrelsen. För övriga ledande befattningshavare tillämpas individuell lönesättning vilken förhandlas med VD. Ersättningar till styrelseordföranden, VD och övriga ledande befattningshavare är fasta.

## Not 5: AV- OCH NEDSKRIVNINGAR

| | Koncernen | | | Moderbolaget | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 02-12-31 | 01-12-31 | 00-12-31 | 02-12-31 | 01-12-31 | 00-12-31 |
| Avskrivningar enligt plan: | | | | | | |
| Balanserade utgifter för utvecklingsarbete | - | - | -702 | - | - | -891 |
| Varumärken | - | - | -104 | - | - | - |
| Inventarier, verktyg och installationer | -5 625 | -6 119 | -7 960 | -358 | -427 | -393 |
| Goodwill | -300 | -150 | -2 420 | - | - | - |
| Nedskrivningar | - | - | -21 209 | - | - | - |
| **Årets av- och nedskrivningar** | **-5 925** | **-6 269** | **-32 395** | **-358** | **-427** | **-1 284** |

## NOT 6: JÄMFÖRELSESTÖRANDE POSTER

| | Koncernen | | | Moderbolaget | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 02-12-31 | 01-12-31 | 00-12-31 | 02-12-31 | 01-12-31 | 00-12-31 |
| Reservering osäkra kundfordringar * | - | 3 216 | -12 945 | - | 3 216 | -12 945 |
| Försäljning av dotterbolaget Ahead | - | - | 4 333 | - | - | - |
| Nedskrivning av immateriella tillgångar | - | - | - | - | - | - |
| | **0** | **3 216** | **-8 612** | **0** | **3 216** | **-12 945** |

* I bokslutet 2000 gjordes en reservering för osäkra fordringar avseende avveckling Ahead Multimedia. Genom ett ackordsavtal har koncernen erhållit 3.216 tkr avseende tidigare reserverade fordringar.

## NOT 7: ÖVRIGA RÄNTEINTÄKTER OCH LIKNANDE RESULTATPOSTER

| | Koncernen | | | Moderbolaget | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 02-12-31 | 01-12-31 | 00-12-31 | 02-12-31 | 01-12-31 | 00-12-31 |
| Reavinst försäljning aktierna EPIC group | - | - | 36 650 | - | - | 36 650 |
| Nyemission i Rekall AB | - | 2 076 | - | - | - | - |
| Ränteintäkter | 2 998 | 3 786 | 5 671 | 2 883 | 3 560 | 4 701 |
| **Årets av- och nedskrivningar** | **2 998** | **5 862** | **42 321** | **2 883** | **3 560** | **41 351** |

## NOT 8: ÖVRIGA RÄNTEKOSTNADER OCH LIKNANDE RESULTATPOSTER

| | Koncernen | | | Moderbolaget | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 02-12-31 | 01-12-31 | 00-12-31 | 02-12-31 | 01-12-31 | 00-12-31 |
| Reaförlust aktier M2S | | -4 226 | - | - | -4 226 | - |
| Räntekostnad | -150 | -365 | -685 | -10 | -9 | -186 |
| **Årets av- och nedskrivningar** | **-150** | **-4 591** | **-685** | **-10** | **-4 235** | **-186** |

**NOT 9: GOODWILL**

| | 02-12-31 | 01-12-31 | 00-12-31 |
|---|---|---|---|
| Ingående anskaffningsvärde | 900 | 0 | 11 307 |
| Årets anskaffningar | 0 | 900 | 18 508 |
| Nedskrivning | 0 | 0 | -29 815 |
| **Utgående ackumulerade anskaffningsvärden** | **900** | **900** | **0** |
| Ingående avskrivningar | -150 | 0 | -8 597 |
| Årets avskrivningar | -300 | -150 | -2 420 |
| Nedskrivning | 0 | 0 | 11 017 |
| **Utgående ackumulerade avskrivningar** | **-450** | **-150** | **0** |
| **Utgående planenligt restvärde** | **450** | **750** | **0** |

**NOT10: INVENTARIER, VERKTYG OCH INSTALLATIONER**

| | Koncernen | | | Moderbolaget | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 02-12-31 | 01-12-31 | 00-12-31 | 02-12-31 | 01-12-31 | 00-12-31 |
| Ingående anskaffningsvärde | 28 711 | 25 376 | 23 540 | 1 935 | 1 564 | 1 234 |
| Via företagsförvärv | 0 | 295 | 440 | - | - | - |
| Inköp | 4 783 | 3 040 | 6 894 | 346 | 371 | 330 |
| Avgår årets försäljningar | -588 | - | -973 | - | - | - |
| Utrangeringar | -17 429 | - | -4 525 | -1 139 | - | - |
| **Utgående ack anskaffningsvärden** | **15 477** | **28 711** | **25 376** | **1 142** | **1 935** | **1 564** |
| Ingående avskrivningar | -21 344 | -15 225 | -11 655 | -1 490 | -1 063 | -679 |
| Avgår ing avskrivningar på sålda inventarier | 528 | - | 666 | - | - | 9 |
| Årets avskrivningar | -5 625 | -6 119 | -7 960 | -358 | -427 | -393 |
| Utrangeringar | 17 253 | - | 3 724 | -1 139 | - | - |
| **Utgående ackumulerade avskrivningar** | **-9 188** | **-21 344** | **-15 225** | **-709** | **-1 490** | **-1 063** |
| **Utgående planenligt restvärde** | **6 289** | **7 367** | **10 151** | **433** | **445** | **501** |

**Not 11: MODERBOLAGETS OCH KONCERNENS INNEHAV AV AKTIER OCH ANDELAR I KONCERNFÖRETAG**

| | |
|---|---|
| **Utgående bokfört värde per 2000-12-31** | **6 856** |
| Inköp ELD Interaktiv Produktions AB | 1 000 |
| Aktieägartillskott | 14 600 |
| Nedskrivning | -15 245 |
| **Utgående bokfört värde per 2001-12-31** | **7 211** |
| Aktieägartillskott Gravity e-learning AB | 8 000 |
| **Utgående bokfört värde per 2002-12-31** | **15 211** |

*(forts. nästa sida)*

*(forts not 11)*

| Aktier ägda av moderbolaget | Org.Nr | Säte | Kapital andel | Antal andelar | Nominellt värde | Bokfört värde |
|---|---|---|---|---|---|---|
| MacMeckarna i Sverige AB | 556527-4007 | Stockholm | 100% | 1 000 | 100 | 155 |
| Maritime Education Sweden AB | 556227-5213 | Stockholm | 100% | 4 800 | 480 | 480 |
| Gravity e-learning AB | 556528-6696 | Stockholm | 100% | 2 800 | 280 | 9 853 |
| AcadeMedia World AB | 556348-8005 | Stockholm | 100% | 200 000 | 2 000 | 2 030 |
| Business Intelligense Group in Europe AB | 556524-7227 | Stockholm | 100% | 1 256 919 | 1 257 | 1 623 |
| Cedric Utbildningar AB | 556512-2867 | Stockholm | 100% | 1 000 | 100 | 0 |
| Eld Interaktiv Produktions AB | 556514-6650 | Stockholm | 100% | 1 000 | 100 | 1 000 |
| Rekall AB | 556586-8345 | Stockholm | 70% | 700 | 70 | 70 |
| | | | | | | **15 211** |

Aktierna i dotterbolag har skrivits ner så att värdet på dessa överensstämmer med dotterbolagens eget kapital.

| Aktier ägda av dotterbolag | Org.Nr | Säte | Kapital andel | Antal andelar | Nominellt värde | Bokfört värde |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Masters of Media AB | 556527-3983 | Stockholm | 100% | 1 000 | 100 | 126 |
| AcadeMedia Work AB | 556535-6705 | Stockholm | 100% | 1 000 | 100 | 1 |
| AcadeMedia Business School AB | 556434-8620 | Stockholm | 100% | 1 000 | 100 | 126 |
| AcadeMedia Invest AB | 556492-4651 | Stockholm | 100% | 1 000 | 100 | 57 |
| AcadeMedia College AB | 556238-6648 | Stockholm | 100% | 2 000 | 200 | 147 |
| Macuniversitetet AB | 556493-8628 | Stockholm | 100% | 1 000 | 100 | 50 |
| | | | | | | **507** |

## NOT 12: AKTIER I INTRESSEFÖRETAG - KONCERNEN SAMT MODERBOLAGET

| Bolag | Org.nr | Säte | Kapital-andel | 02-12-31 Bokfört värde | 01-12-31 Bokfört värde | 00-12-31 Bokfört värde |
|---|---|---|---|---|---|---|
| NetSet AB, | 556547-1199 | Malmö | 20% | 1 050 | 1 050 | 1 050 |
| EnterTrainment | 556034-4235 | Malmö | | - | - | 10 |
| | | | | **1 050** | **1 050** | **1 060** |

Dessa bolag har ej konsoliderats då direkt inflytande ej föreligger.

## NOT 13: ÖVRIGA FINANSIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR

| Bolag | Org.nr | Säte | Kapital-andel | 02-12-31 Bokfört värde | 01-12-31 Bokfört värde | 00-12-31 Bokfört värde |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Övriga långfristiga fordringar | | | | 205 | 205 | 205 |
| BTS Group AB (publ) | 556566-7119 | Stockholm | 9% | 13 078 | - | - |
| | | | | **13 283** | **205** | **205** |

## NOT 14: FÖRUTBETALDA KOSTNADER OCH UPPLUPNA INTÄKTER

| | Koncernen | | | Moderbolaget | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 02-12-31 | 01-12-31 | 00-12-31 | 02-12-31 | 01-12-31 | 00-12-31 |
| Förutbetalda kostnader | 3 096 | 7 189 | 6 840 | 749 | 2 291 | 1 368 |
| Upplupna intäkter | 1 082 | 702 | 1 861 | - | - | - |
| | **4 178** | **7 891** | **8 701** | **749** | **2 291** | 1 368 |

## NOT 15: ÖVRIGA KORTRFRISTIGA PLACERINGAR

Samtliga placeringar 29 Mkr (74 Mkr) är likvida inom 3 månader. Enligt bolagets finanspolicy får placeringar endast göras i instrument med begränsad motpartsrisk och lägsta kreditvärdighet K1.

## NOT 16: EGET KAPITAL - KONCERNEN

| | Aktie-kapital | Bundna reserver | Fritt eget kapital |
|---|---|---|---|
| **Utgående eget kapital 2000-12-31** | **6 384** | **143 391** | **-36 888** |
| Belopp vid årets ingång | | -36 888 | 36 888 |
| Årets resultat | | | -22 716 |
| **Utgående eget kapital 2001-12-31** | **6 384** | **106 503** | **-22 716** |
| Förskjutning mellan fritt och bundet kapital | | -22 716 | 22 716 |
| Årets resultat | | | -24 841 |
| **Utgående eget kapital 2002-12-31** | **6 384** | **83 787** | **-24 841** |

## NOT 17: EGET KAPITAL - MODERBOLAGET

| | Aktie-kapital | Överkurs-fond | Fritt eget kapital |
|---|---|---|---|
| **Utgående eget kapital 2000-12-31** | **6 384** | **176 581** | **-56 664** |
| Disposition av föregående års resultat | | -56 664 | 56 664 |
| Lämnat koncernbidrag | | | -22 729 |
| Skatteeffekt koncernbidrag | | | 6 364 |
| Årets resultat | | | -13 458 |
| **Utgående eget kapital 2001-12-31** | **6 384** | **119 917** | **-29 823** |
| Disposition av föregående års resultat | | -29 823 | 29 823 |
| Lämnat koncernbidrag | | | -8 053 |
| Skatteeffekt koncernbidrag | | | 2 255 |
| Årets resultat | | | -9 686 |
| **Utgående eget kapital 2002-12-31** | **6 384** | **90 094** | **-15 484** |

## NOT 18: UPPLUPNA KOSTNADER

| | Koncernen | | | Moderbolaget | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 02-12-31 | 01-12-31 | 00-12-31 | 02-12-31 | 01-12-31 | 00-12-31 |
| Lönerelaterade upplupna kostnader | 5 789 | 5 858 | 6 395 | 654 | 295 | 356 |
| Upplupna kostnader | 3 412 | 3 605 | 6 806 | 606 | 507 | 1 688 |
| | **9 201** | **9 463** | **13 201** | **1 260** | **802** | **2 044** |

## NOT 19: STÄLLDA SÄKERHETER OCH ANSVARSFÖRBINDELSER

| | Koncernen | | | Moderbolaget | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 02-12-31 | 01-12-31 | 00-12-31 | 02-12-31 | 01-12-31 | 00-12-31 |
| Ställda säkerheter | | | | | | |
| Företagsinteckningar | 350 | 350 | 2 350 | - | - | - |
| | **350** | **350** | **2 350** | - | - | - |
| Ansvarsförbindelser | | | | | | |
| Borgensförbindelser | - | - | - | 5 080 | 5 080 | 6 453 |
| Garantiförbindelser | - | - | 5 | - | - | - |
| | **-** | **-** | **5** | **5 080** | **5 080** | **6 453** |

**STOCKHOLM 29 JANUARI 2003**

Lars G. Mattsson
Verkställande Direktör

Ingemar Olsson

Anders H Pers

Håkan Berntsson

Roland Ljungberg

Bengt Stillström
Ordförande

Vår revisionsberättelse beträffande denna årsredovisning har avgivits den 29 januari 2003.

Anders Roos
Auktoriserad revisor

Lars-Ola Andersson
Auktoriserad revisor

# Revisionsberättelse

**TILL BOLAGSSTÄMMAN I ACADEMEDIA AB (PUBL), ORG.NR: 556057-2850**

Vi har granskat årsredovisningen, koncernredovisningen och bokföringen samt styrelsens och verkställande direktörens förvaltning i AcadeMedia AB (publ) för år 2002-01-01-2002-12-31. 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 inte innehåller väsentliga fel. En revision innefattar att granska ett urval av underlagen för belopp och annan information i räkenskapshandlingarna. I en revision ingår också att pröva redovisningsprinciperna och styrelsens och verkställande direktörens tillämpning av dem samt att bedöma den samlade informationen i årsredovisningen och koncernredovisningen. Som underlag för vårt uttalande om ansvarsfrihet har vi granskat väsentliga beslut, åtgärder och förhållanden i bolaget för att kunna bedöma om någon styrelseledamot eller verkställande direktören är ersättningsskyldig mot bolaget. Vi har även granskat om någon styrelseledamot eller verkställande direktören på annat sätt har handlat i strid med aktiebolagslagen, årsredovisningslagen eller bolagsordningen. Vi anser att vår revision ger oss rimlig grund för våra uttalanden nedan.

Årsredovisningen och koncernredovisningen har upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och ger därmed en rättvisande bild av bolagets och koncernens resultat och ställning i enlighet med god redovisningssed i Sverige.

Vi tillstyrker att bolagsstämman fastställer resultaträkningen och balansräkningen för moderbolaget och för koncernen, behandlar förlusten i moderbolaget enligt förslaget i förvaltningsberättelsen och beviljar styrelsens ledamöter och verkställande direktören ansvarsfrihet för räkenskapsåret.

*Stockholm den 29 januari 2003*

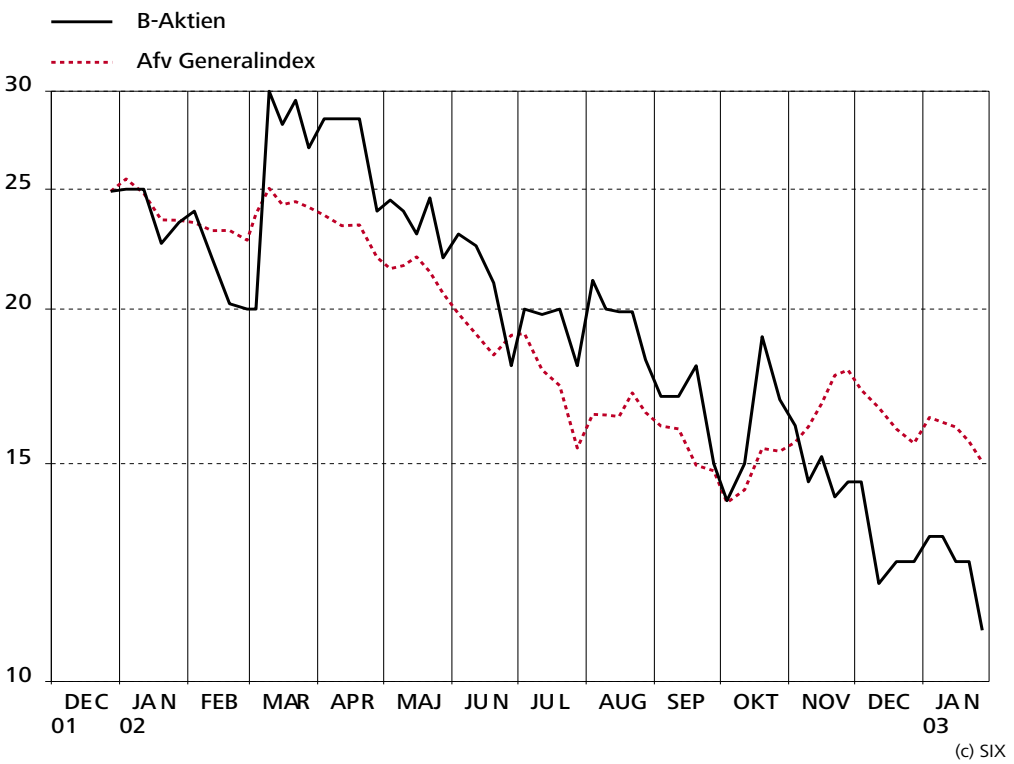
**Anders Roos**
Auktoriserad revisor

**Lars-Ola Andersson**
Auktoriserad revisor

# AcadeMedia aktien

| NYCKELTAL OCH DATA PER AKTIE | 2002-12-31 | 2001-12-31 | 2000-12-31 |
|---|---|---|---|
| Antal aktier, st | 3 192 001 | 3 192 001 | 3 192 001 |
| Resultat/aktie (SEK) | -7,8 | -7,1 | -19,0 |
| Eget kapital/aktie (SEK) | 20 | 28 | 35 |
| Justerat eget kapital/aktie (SEK) | 20 | 28 | 35 |
| Utdelning/aktie (SEK) | 0 | 0 | 0 |
| Börskurs (SEK) | 13 | 25 | 35 |
| Antal anställda | 141 | 130 | 167 |

## AKTIEKURSEN UNDER 2002



## AKTIEKAPITALETS UTVECKLING

| År | Transaktion | Ökning antal aktier | Ökning aktie-kapital | Totalt antal aktier | Totalt aktie-kapital |
|---|---|---|---|---|---|
| 1993 | Ingångsvärde | - | - | 5 000 | 500 000 |
| 1994 | Split | 495 000 | - | 500 000 | 500 000 |
| 1996 | Nyemission | 500 000 | 500 000 | 1 000 000 | 1 000 000 |
| 1996 | Nyemission | 150 000 | 150 000 | 1 150 000 | 1 150 000 |
| 1997 | Publik nyemission | 350 000 | 350 000 | 1 500 000 | 1 500 000 |
| 1998 | Nyemission | 230 000 | 230 000 | 1 730 000 | 1 730 000 |
| 1999 | Fondemission | - | 3 460 000 | 1 730 000 | 5 190 000 |
| 1999 | Nyemission | 865 000 | 2 595 000 | 2 595 000 | 7 785 000 |
| 1999 | Nedskrivning aktiekapital | - | -2 595 000 | 2 595 000 | 5 190 000 |
| 2000 | Nyemission | 197 001 | 394 002 | 2 792 001 | 5 584 002 |
| 2000 | Nyemission | 400 000 | 800 000 | 3 192 001 | 6 384 002 |
| 2001 | | - | - | 3 192 001 | 6 384 002 |
| 2002 | | - | - | 3 192 001 | 6 384 002 |

## ACADEMEDIAS STÖRSTA ÄGARE PER 2002-12-31

| Aktieägare | Antal A-aktier | Antal B-aktier | Andel av kapital % | Andel av röster % |
|---|---|---|---|---|
| Traction Holding AB | 100 000 | 1 010 197 | 34,8% | 38,1% |
| Bengt Stillström | 65 000 | 56 037 | 3,8% | 13,4% |
| Claes Magnusson | 66 000 | 37 700 | 3,2% | 13,2% |
| Traction Noveau AB Pensionsstiftelse | | 155 450 | 4,9% | 2,9% |
| Ann Stillström | | 116 050 | 3,6% | 2,2% |
| Banco Småbolagsfond | | 108 450 | 3,4% | 2,1% |
| Royal & Sunalliance | | 71 800 | 2,2% | 1,4% |
| Petter Stillström | | 64 800 | 2,0% | 1,2% |
| Credit Suisse | | 58 600 | 1,8% | 1,1% |
| Traction Stiftelse för Vetenskap & Innovation | | 50 000 | 1,6% | 0,9% |
| Handelsanställdas förbund | | 45 000 | 1,4% | 0,9% |
| Svenska Kommunalarbetarförbundet | | 20 000 | 0,6% | 0,4% |
| Länsförsäkringar Gotland | | 20 000 | 0,6% | 0,4% |
| Övriga | | 1 146 917 | 35,9% | 21,8% |
| | **231 000** | **2 961 001** | **100,0%** | **100,0%** |
| **Totalt antal ägare** | **1 179** | **3 192 001** | | |

Varje aktie äger lika rätt till bolagets tillgångar och vinst. Aktier av serie A berättigar till tio röster på bolagsstämman, aktier av serie B berättigar till en röst.

# Finansiell utveckling i sammandrag

**FINANSIELL UTVECKLING I SAMMANDRAG**

| Flerårsöversikt, Koncernen<br>Mkr | 02-01-01<br>02-12-31 | 01-01-01<br>01-12-31 | 00-01-01<br>00-12-31 | 99-01-01<br>99-12-31 | 98-01-01<br>98-12-31 |
|---|---|---|---|---|---|
| Nettoomsättning | 88,4 | 98,6 | 83,8 | 132,3 | 102 |
| Rörelseresultat | -27,3 | -24,3 | -102,2 | -30,3 | 0,3 |
| Resultat efter finansiella poster | -24,4 | -22,7 | -60,6 | -17,4 | -1,3 |
| Vinstmarginal | -28% | -23% | -72% | -13% | -1% |
| Räntekostnader | -0,2 | -0,4 | -0,7 | -2,6 | -2,5 |
| | | | | | |
| Balansräkning i sammandrag | | | | | |
| Immateriella anläggningstillgångar | 0,5 | 0,7 | 0 | 2,9 | 26,8 |
| Materiella anläggningstillgångar | 6,3 | 7,4 | 10,2 | 11,9 | 13,3 |
| Finansiella anläggningstillgångar | 14,3 | 1,3 | 1,3 | 6,1 | 8,4 |
| Varulager | 0,1 | 0 | 0 | 14,5 | 12,5 |
| Kortfristiga fordringar | 14,1 | 17,8 | 19,8 | 36,8 | 27,9 |
| Kassa och bank | 48,3 | 88,4 | 111,1 | 19,5 | 18,7 |
| **Summa tillgångar** | **83,6** | **115,6** | **142,4** | **91,7** | **107,6** |
| | | | | | |
| Bundet eget kapital | 90,2 | 112,9 | 149,8 | 70,6 | 43,5 |
| Fritt eget kapital | -24,8 | -22,7 | -36,9 | -17,2 | -6,1 |
| **Summa eget kapital** | **65,4** | **90,2** | **112,9** | **53,4** | **37,4** |
| | | | | | |
| Minoritetens andel | 0,5 | 0,6 | - | -0,1 | 8,4 |
| Avsättningar | 0 | 0 | - | 0,1 | 3,6 |
| Långfristiga skulder | 0 | 0 | 0,5 | 4,7 | 30,7 |
| Kortfristiga skulder | 17,7 | 24,8 | 29 | 33,6 | 27,5 |
| **Summa skulder och eget kapital** | **83,6** | **115,6** | **142,4** | **91,7** | **107,6** |
| Justerat eget kapital | 65,4 | 90,2 | 112,9 | 88,4 | 64,4 |
| Räntabilitet på genomsnittligt sysselsatt kapital | -24% | -22% | -42% | -15% | 1% |
| Räntabilitet på genomsnittligt eget kapital | -31% | -22% | -73% | -38% | -4% |
| Soliditet | 78% | 78% | 79% | 58% | 35% |
| Justerad soliditet | 78% | 78% | 79% | 70% | 48% |
| Skuldsättningsgrad, skulder / justerat eget kapital | 0% | 0% | 0% | 5% | 42% |
| Andel riskbärande kapital | 79% | 79% | 79% | 58% | 43% |
| Räntetäckningsgrad | -161,8 | -62,0 | -85,6 | -5,7 | 0,5 |
| *Övervärden | - | - | - | 35 | 27 |
| Genomsnittligt antal anställda | 156 | 157 | 167 | 145 | 127 |
| Investeringar | -17,6 | -5,6 | 15,7 | -10,8 | 41,4 |
| Vinst kr/aktie | -7,8 | -7,1 | -19,0 | -6,7 | -0,8 |
| | | | | | |
| Internt tillförda medel | -22,6 | -16,5 | -38,6 | 4,3 | 6,7 |
| Externt tillförda medel | 0 | -0,5 | 114,4 | 7,2 | 15,7 |
| Använda medel | -17,6 | -5,6 | 15,7 | -10,8 | -41,4 |
| **Rörelsekapitalets förändring** | **-40,2** | **-22,6** | **91,5** | **0,8** | **14,2** |
| | | | | | |
| Genomsnittligt antal utestående aktier under året** | 3 192 001 | 3 192 001 | 3 092 500 | 2 481 247 | 1 639 120 |
| Antal utestående aktier vid årets utgång | 3 192 001 | 3 192 001 | 3 192 001 | 2 595 000 | 1 730 000 |
| Börskurs per 31/12 | 13 | 25 | 35 | 111 | 60 |
| Utdelning | - | - | - | *** | - |

*Avser externa aktieinnehav. Övervärdet baserar sig på kursen vid rapporteringstidpunkten.
AcadeMedia har ingen latent skatteeffekten på övervärdena.
Utspädningseffekten av optionsprogrammet för de anställda är 1,7%
**Justeringsfaktorn för fondemissionselementet i nyemissionen 1999 är 1,09
*** Utdelning av 1,33 aktier i Thalamus Networks AB per aktie i AcadeMedia AB 1999.

# Definitioner

**Räntabilitet på genomsnittligt eget kapital**
Resultat efter finansiella poster i procent av genomsnittligt eget kapital.

**Vinstmarginal**
Resultat efter finansiella poster dividerat med nettoomsättning

**Räntabilitet på genomsnittligt sysselsatt kapital**
Resultat efter finansnetto plus finansiella kostnader i procent av genomsnittligt sysselsatt kapital. Sysselsatt kapital avser balansomslutningen minskad med icke räntebärande skulder.

**Skuldsättningsgrad**
Räntebärande skulder dividerade med eget kapital plus minoritetsintresse.

**Andel riskbärande kapital**
Summan av eget kapital plus minoritetsintressen i procent av balansomslutningen

**Soliditet**
Eget kapital i procent av balansomslutningen.

**Räntetäckningsgrad**
Resultat efter finansnetto plus finansiella kostnader dividerat med finansiella kostnader.

**Vinst per aktie**
Resultat efter finansiella poster dividerat med genomsnittligt antal aktier under året.

# Kommentarer till den ekonomiska utvecklingen

## 1998

Ahead Multimedia AB förvärvades från Bonnier genom en riktad nyemission till Bonnier Interactive om 14 Mkr. Förlagsdelen av Ahead slogs ihop med Maritime Education och produktionsdelen slogs samman med Engine/Gravity för att producera interaktiva digitala utbildningstjänster. AcadeMedia förvärvade också 18 % av den engelska multimediaproducenten Epic Multimedia Group Plc samt 100% av Mazarine AB. Verksamheten i Mazarine integrerades helt i Mac-Meckarna. Nettoomsättningen ökade med 294 % av vilka 104% kom från under året förvärvade enheter. Det egna kapitalet ökade från 23 Mkr till 37,4 Mkr.

## 1999

Dotterbolaget AdvanTech delas ut till aktieägarna i AcadeMedia. Dessa aktier hade vid utdelningen ett marknadsvärde motsvarande 26,2 Mkr. Under året genomfördes en nedskrivning av AcadeMedias immateriella tillgångar med 26,2 Mkr. Utgående immateriella anläggningstillgångar bestod därefter enbart av goodwill. Försäljning av delar av innehavet i Epic Group Plc gav under december en reavinst på 15 Mkr. Det egna kapitalet ökade under året genom en nyemission med 41,7 Mkr. Omsättningen ökade med 30%. Resultatet för året blev -17,4 Mkr.

## 2000

Under januari såldes resterande del av innehavet i Epic Group Plc med en reavinst på 36 Mkr. Business Intelligence Group AB, BIG, förvärvades med egna aktier som betalning. En riktad nyemission om 400 000 aktier tillförde bolaget 100 Mkr. Delar av verksamheten i Ahead såldes till det tyska bolaget e-jay och resterande delar avvecklades.

Nettoomsättningen i koncernen sjönk med 37% vilket till stor del var en följd av utförsäljningen av Ahead (17%) samt att det statliga SwIT-projektet (21%) inte förlängdes.

Resultatet för år 2000 blev -60,6 Mkr och årets rörelseresultat blev -102,2 Mkr. Stora engångsposter påverkade årets rörelseresultat negativt i form av nedskrivning av goodwill samt balanserade utvecklingskostnader -20,6 Mkr, kostnadsfört utvecklingsarbete -14,3 Mkr, omstruktureringskostnader -11,2 Mkr samt nettokostnad för avveckling av Ahead –8,6 Mkr. Trots det negativa resultatet så ökade det egna kapitalet, ge-

nom nyemissioner, med 59,5 Mkr samt kassan ökade med 91,5 Mkr.

## 2001

Under juli månad förvärvades bolaget Eld Interaktiv Produktions AB för en köpeskilling motsvarande 1 Mkr. Elds verksamhet har integrerats med AcadeMedias dotterbolag Gravity. Under oktober månad förvärvades 20,1% av aktiekapitalet och 38,1% av röstetalet i M2S. Avsikten var att sanera bolagets verksamhet och finanser, vilket inte lyckades. Förlusten i samband med M2S-köpet uppgick till 4,2 Mkr.

Koncernen har genomfört två åtgärdsprogram för att minska kostnaderna. Dessa åtgärdsprogram har minskat koncernens personal med sammanlagt 55 personer.

Nettoomsättningen ökade med 18% till 99 Mkr och rörelseresultatet uppgick till –24 Mkr. Bolagets finansiella ställning är fortsatt stark, 88 Mkr i kassan och 90 Mkr i eget kapital.

## 2002

Nettoomsättningen för helåret 2002 var 88,4 Mkr (98,6 Mkr), 10,3% lägre jämfört med samma period föregående år. Denna minskning har främst sin orsak i en svagare efterfrågan och ökad prispress på dotterbolaget Gravity's produkter.

Rörelseresulatet för år 2002 var -27,2 Mkr (-24,1 Mkr). Rörelsens kostnader fortsatte att minska under 2002 jämfört med tidigare år. De minskade kostnaderna beror i huvudsak på effekten av de åtgärder som togs under 2001. Några nya områden inom koncernen har varit lönsamma, där vi dock hade för få medarbetare. Inom andra områden har vi haft olönsamhet och övertalighet. Det medförde att vi i slutet av 2002 varslade 45 personer om uppsägning. Kostnadseffekt av detta kommer dock först att uppnås under andra kvartalet 2003. AcadeMedia kommer även fortsättningsvis noga följa marknadsutvecklingen för att vid behov snabbt kunna anpassa kostnadsmassan.

AcadeMedias finansiella ställning är trots ett svagt 2002 fortsatt stark. Det egna kapitalet uppgår till 65,4 Mkr (90,2 Mkr). Koncernens soliditet per 31/12-2002 uppgick till 79% (78%). Det totala kassaflödet för perioden januari - december 2002 var - 40,2 mkr (-22,6 Mkr). Det negativa kassaflödet är till stor del hänförligt till ett negativt kassaflöde från den löpande verksamheten på 22,6 Mkr, investering i en aktiepost i BTS Group AB samt minskning av kortfristiga skulder med 7,0 Mkr.

AcadeMedia har i hård konkurrens fått ett antal större ramvatal med olika arbetsförmedlingar i Danmark. Ramavtalen gäller utbildning inom Platsportalen och löper på två år med option på ytterligare ett år. Ramavtalet gäller genomförande av Platsportalens alla utbildningsinriktningar samt MacMeckarnas utbildningar inom Ny Media- och Informationsteknik. Platsportalens utbildningskoncept är en helt ny form av arbetsmarknadsutbildning i Danmark. Nyheten är kombinationen av webbstudier på distans, lärarstöd samt praktik hos en tilltänkt arbetsgivare.

AcadeMedia AB (publ) förvärvade i november 2002 515.000 B-aktier i BTS Group AB (publ), 8,83% av aktierna och 6,14% av rösterna för 13,1 Mkr.

BTS är verksamt inom affärssimuleringar och tillför kundvärde genom att stärka organisationers förmåga att fatta affärsmässiga beslut. Genom att simulera olika scenarier slipper man lära sig genom dyrköpta erfarenheter från verkligheten. Det ger både kostnadsbesparingar och ökad snabbhet jämfört med konkurrenterna.

## 2003

AcadeMedia förvärvade i februari 2003 Computer Researchs verksamhet i Stockholm. Computer Research tillför spetskompetens inom hela Microsoftområdet - såväl användarutbildning som avancerad spetsutbildning.

# AcadeMedias styrelse samtalar med revisorn



**AcadeMedias styrelse, samt revisor**. Fr v: Bengt Stillström, Anders H Pers, Roland Ljungberg, Anders Roos (revisor), Håkan Berntsson. Saknas på bilden gör Ingemar Olsson.

**Bengt Stillström**
59 år, styrelseordförande

Civilingenjör
Har arbetat med företagsutveckling inom Traction de senaste 29 åren.
Styrelseuppdrag i Haldex, Thalamus och Traction samt i ett antal onoterade bolag.
Antal aktier i AcadeMedia: A-aktier: 65 000, B-aktier: 56 037

**Anders H Pers**
68 år, styrelseledamot

Chef Swedish Information Service i New York.
Styrelseuppdrag i VLT AB, LRF Media AB, Musik vid Siljan AB, m.fl.

Antal aktier i AcadeMedia: 0

**Roland Ljungberg**
42 år, styrelseledamot

Civilekonom / Management Konsult
Styrelseuppdrag i Struktur Svenska Kontor AB, Sandholm Associates AB, Sundskopia Colorcenter AB.
Antal aktier i AcadeMedia: 0

**Håkan Berntsson**
30 år, styrelseledamot

Civilekonom
Styrelseuppdrag i Know IT, Gnosjöplast AB.
Antal aktier i AcadeMedia: 1 200

**Ingemar Olsson**
55 år, styrelseledamot

Civilekonom
VD för Metronome Film & Television AB.
Styrelseuppdrag i Scandinavian On Line.
Antal aktier i AcadeMedia: 3 000

**Anders Roos**
60 år, Företagets auktoriserade revisor

SET Revisionsbyrå AB, Stockholm. Företagets revisor sedan 1994.

**Lars-Ola Mattias Andersson**
48 år, Företagets auktoriserade revisor

SET Revisionsbyrå AB, Stockholm. Företagets revisor sedan 2001.

# AcadeMedias ledning



**AcadeMedias ledning**: Lars G Mattsson, Thomas Edselius, Sophie Danell, Jonas Eriksson, Ola Blomgren, Tobias Sjökvist, Stefan Johansson

**Lars G Mattsson**
49 år, VD AcadeMedia AB

Jur.kand. Har arbetet 18 år som affärsjurist, grundade InfoDirect – electronic publishing, kommer senast från Enlight TestStation.
Antal aktier i AcadeMedia: 1 200

**Thomas Edselius**
39 år, Finans- och ekonomidirektör

Civilekonom. Kommer från Price Waterhouse AB, The Thomson Corporation, Enlight AB och Omega SA.
Antal aktier i AcadeMedia: 100

**Sophie Danell**
36 år, Affärsområdesansvarig Gravity

Civilekonom. Bakgrund som Franchise Manager inom detaljhandeln.
Antal aktier i AcadeMedia: 800

**Jonas Eriksson**
41 år, Affärsområdesansvarig AcadeMedia Education

Har arbetat inom reklam- och mediabranschen sedan 1983. Fd delägare i United reklambyrå.
Antal aktier i AcadeMedia: 0

**Ola Blomgren**
32 år, IT-ansvarig

Civilekonom. Kommer senast från Thalamus AB.
Antal aktier i AcadeMedia: 0

**Tobias Sjökvist**
31 år, Marknadschef

Marknadsekonom. Kommer senast från Gravity AB.
Antal aktier i AcadeMedia: 3 900

**Stefan Johansson**
41 år, Affärsområdesansvarig AcadeMedia Works

Civilekonom. Kommer från Canon, IHM Business School, Business Intelligence Group.
Antal aktier i AcadeMedia: 600

**AcadeMedia AB**
www.academedia.se

Knarrarnäsgatan 7
164 40 KISTA
Tel: 08-562 15 610
Fax: 08-562 15 611

Tulegatan 44
113 53 Stockholm

Stortorget 8
211 34 Malmö

Kungstorget 7
411 17 Göteborg

Centralplan 5
803 11 Gävle

Järnvägsgatan 2
871 45 Härnösand

Vesterbrogade 28
1620 København V
www.academedia.dk

**Text & produktion**: AcadeMedia AB
**Fotografer**: Frasse Franzén, Christer Wallstrand,
Björn Rantil, Bo Jansson, Jens Karlsson, Sven Waldemarsson
**Illustrationer**: Olle Landsell, Leif Åbjörnsson
**Tryckeri**: Ruter Media Group, Laholm 2003
**Papper**: Inlaga: Scandia 2000 115 g, omslag: Arctic matt, 170 g

© AcadeMedia AB 2003

AcadeMedia

**Besöksadress**: Knarrarnäsgatan 7, 164 40, Kista • www.academedia.se