

Stockholm, 2003-11-12

Waymaker sponsrar "Stora PR-boken"

Waymaker blir exklusiv huvudsponsor för "Stora PR-boken", en ny handbok om PR och mediekontakter som utkommer i vår. Redaktör och huvudförfattare för boken är Peter Karaszi, känd författare av PR-litteratur som "Använd Media".

"Stora PR-boken" blir en bred praktisk handbok om PR, som riktar sig till kommunikatörer av alla slag: informatörer, företagsledare, marknadsförare, IR-chefer, reklam- och PR-folk etc., liksom utbildningsanstalter. Boken är under produktion och kommer att lanseras brett i vår. Målet är att producera det kommande decenniets "PR-bibel".

Huvudsponsor för "Stora PR-boken" är Waymaker. Waymaker erbjuder en rad lösningar för att pressutskick ska nå rätt målgrupper. Tjänsterna omfattar databaser med ständigt uppdaterad information om medier, journalister och finansmarknaden, samt kanaler för effektiv distribution av pressmeddelanden.

"Sponsorskapet av 'Stora PR-boken' passar mycket väl med vår ambition att sprida kunskap till våra kunder, som är just de professionella informatörer och marknadsförare som boken riktar sig till. Vi är övertygade om att det blir en bok av högsta kvalitet och att alla som arbetar professionellt med mediekontakter kommer att ha stor användning för den i sitt dagliga arbete", säger Caspar Settergren, VD, Waymaker.

"Jag är mycket glad över att just Waymaker valt att samarbeta med oss. Det är ett innovativt och aktat företag som spelar en viktig roll i det medierelaterade informationsarbetet för de flesta företag", säger Peter Karaszi, redaktör för "Stora PR-boken".

Peter Karaszi är huvudförfattare och redaktör för "Stora PR-boken". Till sin hjälp har han flera av landets främsta PR-experter som skriver om sina respektive specialiteter. Peter Karaszi är PR-konsult och f d ekonomireporter (bl a Dagens Nyheter och Finanstidningen). Han har tidigare skrivit tre böcker om mediekontakter, bl a "Använd Media" och "99 sätt att få gratis publicitet".

Pictures available at: <http://www.newsonline.nu/imgway/index.asp?pmid=31663>

Marknad

Den totala klädhandeln i Sverige, som är XXXXs viktigaste marknad, ökade under perioden januari till juni 2003 med 3,5 procent i löpande priser. Enligt HUIs prognoser (från juni) för året 2003 förväntas ökningstakten bli omkring 3 procent.

Perioden

XXXX-koncernens intäkter utgörs av försäljning till konsument i egna butiker, grossistförsäljning till franchisetagare samt franchiseavgifter. Koncernens intäkter under perioden minskade med 6,6 procent till 806,6 Mkr (863,3), varav 359,4 Mkr (303,9) utgör försäljning i egna butiker. Minskningen av intäkterna beror främst på att försäljningen i koncernens egen grossiströrelse varit lägre än under föregående år.

Försäljningen till konsument i XXXXs egna butiker och franchisebutiker under perioden uppgick till 1 072,3 Mkr (1 079,1), vilket är en minskning med 0,6 procent mot föregående år. Försäljningen i egna butiker utgör 33,5 procent (28,2) av den totala försäljningen till konsument. I jämförbara enheter minskade koncernens försäljning till konsument med 8 procent jämfört med föregående år.

I Sverige, XXXXs största marknad, ökade försäljningen under perioden med 1,5 procent och den svenska marknaden svarade under perioden för cirka 78 procent (76) av XXXXs totala försäljning till konsument.

Kvartalet

Koncernens intäkter för kvartalet minskade med 1,0 procent till 376,9 (380,5), varav 189,5 Mkr (159,0) utgör försäljning i egna butiker

Perioden

Resultaträkning koncernen (tkr)

XXXXs bruttovinstmarginal ökade för perioden januari-juni 2003 till 34,7 procent (33,6) främst till följd av ett ökat antal egna butiker jämfört med föregående år.

Rörelseresultatet för den säsongsmässigt svaga perioden januari-juni 2003 blev -72,4 Mkr (0,4). Rörelsemarginalen sjönk under perioden till -9,0 procent (0,0). Förändringen mot föregående år förklaras huvudsakligen av negativa valutaeffekter om cirka 21 Mkr, reserveringar av kundförluster om cirka 13 Mkr, nedskrivning av goodwill och varulager om cirka 10 Mkr samt ytterligare avvecklingskostnader om 10 Mkr. Vidare har resultatet påverkats av lägre försäljning i koncernens grossiströrelse.

Resultatet efter finansiella poster för januari-juni 2003 blev -75,6 Mkr (-2,0). Resultatet efter skatt blev -55,4 Mkr (-2,3)

För mer information:

Caspar Settergren, VD Waymaker, tel: 08-507 418 10

Peter Karaszi, redaktör och projektledare "Stora PR-boken", tel: 08-655 10 06,
peterkaraszi@worldonline.co.za

Waymaker är en del av Observer AB, noterat på O-listan. Waymaker är verksamma i åtta länder i Europa och Nordamerika. Företaget erbjuder lösningar inom i huvudsak tre områden: Databaser med information om mottagare inom media och finansmarknad, distribution av pressmeddelanden och finansiella rapporter, samt webbmoduler. För mer information, besök gärna vår webbplats: www.waymaker.se

"Stora PR-boken" blir en praktisk handbok som kommer att behandla alla delar av PR-området, bl a olika PR-situationer, hur man arbetar med PR, intern kommunikation, samt olika PR-områden och PR-verktyg. Bland de senare återfinns mediekontakter, evenemang, föredrag, digital PR, visuell