



ÅRSREDOVISNING 1999

Innehåll

Förvaltningsberättelse	2
Flerårsöversikt	7
Resultaträkning	11
Balansräkning.	12
Kassaflödesanalys	14
Noter.	15
Revisionsberättelse	25
Aktiekapital	26
Styrelse och ledning.	28

Information Highway – A safe ride to the new economy

Vi stärker våra kunders konkurrenskraft och förbättrar deras lönsamhet genom att leverera integrerade lösningar präglade av djup affärs- och branschkunskap, högteknologisk kompetens och ett omfattande kunnande inom marknadsföring och design. Vi kombinerar innovativa lösningar med kvalitetssäkrade processer. Positionen på marknaden bygger på en djup förståelse och förmåga att hjälpa både större företag och nystartade företag. Vi kan säkerställa stora helhetslösningar, vare sig det gäller ”business-to-business” eller ”business-to-consumer”. Ett samgående med Connecta planeras och beslut härom kommer att tas vid extra bolagsstämma i maj. Det nya bolaget blir ett av Europas ledande internetkonsultföretag med 1 200 anställda. Målet är att växa till 2 000 anställda innan utgången av år 2000. Samgåendet beräknas vara genomfört i juni 2000.

FÖRVALTNINGSBERÄTTELSE

VERKSAMHETEN 1999

Information Highway bildades 1994 och erbjöd till och med juni 1999 konsulttjänster och systemförsäljning. Systemförsäljningen inom affärsområdet Systems har historiskt svarat för merparten av försäljningen. 1998 omsatte Information Highway 455 MSEK, varav 346 MSEK utgjordes av systemförsäljning. I juni 1999 avyttrades affärsområdet Systems till Merkantildata AS. Avyttringen var ett viktigt led i Bolagets nya strategi, som innebär att verksamheten ska utgöras av konsultverksamhet inom internetrelaterade produkter och tjänster.

Information Highway bedömer att antalet bolag med internetbaserade affärsmodeller, av Information Highway kallade elektroniska företag, kommer att öka i snabb takt. Information Highway har den specialistkompetens inom affärsutveckling, webbutveckling och systemutveckling som krävs för att utveckla koncept och applikationer för elektroniska företag.

Information Highways vision är att bli en av de marknadsledande internetkonsulterna i Europa. Bolaget anser att det idag existerar ett marknadsfönster på flertalet europeiska marknader och att Information Highway gentemot existerande aktörer på dessa marknader har en betydande konkurrensfördel. Expansionen i Norden har givit Information Highway viktiga erfarenheter och tillfört kompletterande kompetens av stor strategisk betydelse. Information Highway har idag en mycket stark plattform att utgå ifrån inför en fortsatt expansion i Europa. Vidare är tillströmningen av nya intressanta uppdrag från existerande och nya kunder mycket god och många kunder har även en önskan om att erhålla lösningar till koncernbolag utanför Norden. Information Highway avser därför fullfölja strategin med en vidare expansion utanför Norden i snabb takt.

Under 1999 har Information Highway stärkt marknadspositionen i Norden genom förvärv av Interaction Design och Bergsnov, Mellbye & Rosenbaum ("BMR") i Norge, Veritema och Pyramid Communication ("Pyramid") i Sverige, Netmill i Finland samt rörelsen i ELK i Danmark. De förvärvade företagen har bidragit med ökad kompetens inom ett flertal affärskritiska områden samt ökat antalet anställda i Bolaget med cirka 210 personer. Vid utgången av 2000 är målet att Information Highway ska vara minst 1 000 anställda, att jämföras med 542 per den 31 december 1999 inklusive förvärv och kontrakterade personer, och finnas representerade på åtta marknader. Expansionen ska ske genom såväl organisk tillväxt som genom förvärv.

Ägarna i de bolag som förvärvas är ofta verksamma i företagen. Fortsatt engagemang från ägare och medarbetare i förvärvade bolag är avgörande för framgångsrika förvärv, varför förvärvslikviden ofta huvudsakligen utgörs av nyemitterade aktier i Information Highway. Köpeskillingen kan även delvis utgöras av likvida medel, eller, i enskilda fall, enbart likvida medel.

Styrelsearbete

Bolaget har en fastställd arbetsordning för styrelsen. Den reglerar främst styrelsens och VDs uppgifter och skyldigheter. Den fastställer vidare att styrelsen ska sammanträda normalt sex till åtta gånger per år och att extra styrelsemöte ska hållas då VD eller styrelseledamot så begär. Under 1999 har styrelsen i Information Highway haft 23 protokollförda styrelsemöten.

RESULTAT OCH STÄLLNING

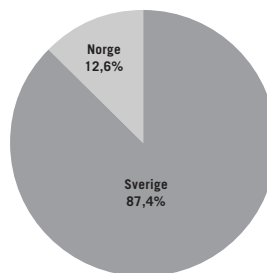
Koncernen

Koncernens rörelseresultat före goodwillavskrivningar uppgick till 20,3 MSEK (-19,7), i rörelseresultatet ingår reavinst vid försäljning av systemverksamheten till Merkantildata med 16,0 MSEK.

Konsultverksamheten

Konsultverksamhetens resultat före goodwillavskrivningar uppgick till 27,8 MSEK (6,9) vilket är en ökning med 402 procent jämfört med föregående år. Konsultverksamhetens rörelsemarginal uppgick till 13,8 procent jämfört med 5,5 procent föregående år. Trots hög tillväxttakt har lönsamheten markant förbättrats inom konsultverksamheten. Den höjda tillväxttakten under fjärde kvartalet har medfört något lägre rörelsemarginal jämfört med de första nio månaderna detta bland annat på grund av ökade kostnader i samband med förvärv, rekrytering och utbildning. Under 1999 omsatte konsultverksamheten 201,6 MSEK (125,6) vilket är en ökning med 60,5 procent jämfört med verksamhetsåret 1998. Omsättningsökningen har genererats genom ökad debitering och fler anställda. Information Highway hade per den 31 december 1999 verksamhet i Sverige och Norge samt etablerade verksamheter i Danmark och England.

Försäljningsfördelning



I ett kunskapsintensivt företag som Information Highway utgör personalen den dominerande kostnadsposten. Personalkostnaderna i konsultverksamheten uppgick 1999 till 124 MSEK, vilket motsvarade 71,4 procent av konsultverksamhetens kostnads massa. Övriga stora kostnadsposter utgörs av rekrytering, marknadsföring, lokalhyra och administration.



INFORMATION
HIGHWAY

Rörelsekostnader



Investeringar

Information Highway har liksom flertalet övriga tjänstproducerande bolag en låg andel traditionella investeringar utöver förvärv. Under 1999 var huvuddelen av investeringarna hänförliga till utvecklingsredskap och ombyggnad av lokal. Datorutrustning innehas via leasing. Avtal om finansiell leasing har ingåtts under senare delen av 1999. Värde av dessa uppgår ej till väsentliga belopp varför redovisning ej skett enligt redovisningsrådets rekommendation. Investeringsbehovet under 2000, exklusive förvärv, bedöms inte uppgå till väsentliga belopp. Utöver traditionella investeringar satsar Information Highway betydande belopp på investeringar i human- och strukturkapital.

Goodwill

Information Highway har genomfört ett flertal förvärv sedan Bolagets bildande 1994. Dessa förvärv har tillfört Information Highway kompetens inom samtliga prioriterade kompetensområden. Bolaget tillämpar en generell avskrivningstid om fem år av förvärvsgoodwill. Under 1998 uppgick goodwillavskrivningarna till 9,3 MSEK. Vid beaktande av samtliga de förvärv som genomförts under 1999 (Interaction Design, Veritema, Netmill, ELK, BMR och Pyramid) uppgår de årliga goodwillavskrivningarna till cirka 83 MSEK.

Rörelsekapital

Avyttringen av affärsområdet Systems har resulterat i en lägre kapitalbindning, till följd av bland annat minskade lager och färre pågående arbeten. Rörelsekapitalet i Bolaget i relation till omsättningen mellan åren 1995 till 1999 uppgick till 17,5 procent. Rörelsekapitalet i Bolaget i relation till omsättningen 1999 uppgick till 18,2 procent. Huvuddelen av rörelsekapitalet utgörs av kortfristiga fordringar.

Finansiell ställning och finansnetto

Information Highway har en god finansiell ställning. Per den 31 december 1999 uppgick soliditeten till 69,0 procent. De räntebärande skulderna per den 31 december 1999 uppgick till 44,3 MSEK. Likvida medel vid årets slut uppgick till 20,0 MSEK. Information Highways expansionsstrategi fordrar dock ett ökat kapitalbehov. Soliditeten i Bolaget kommer efter förestående nyemission att uppgå till cirka 89 procent.

Optionsprogram till anställda

Under våren 1999 gick ett optionserbjudande ut till samtliga då anställda vilket innebar att en aktie per option kan nyteck-

nas till kursen 106 SEK under perioden 2001-10-01 till 2002-02-15. Optionspriset var 6,85 SEK och vid fullt utnyttjande tillkommer 1 700 000 aktier.

Pensionspremier

Information Highway omfattas ej av den premieåterbetalning som aviserats av SPP.

Moderbolaget

Moderbolagets roll är att fokusera på strategiska frågor som finansiering, internationell expansion, integration av nyförvärv, affärs- och metodutveckling, koordinering av Information Highways bearbetning av geografiskt spridda kunder samt att driva och vidareutveckla koncernens struktur- och humankapital.

1999 – ETT FRAMGÅNGSRIKT ÅR FÖR INFORMATION HIGHWAY

Under 1999 genomförde Information Highway framgångsrikt de strategier som beslutades i början av året:

- Renodling av verksamheten till internetkonsulting genom försäljning av affärsområde Systems
- Tillväxt genom förvärv och rekrytering
- Internationalisering genom företagsförvärv och etableringar
- Förtydligande av kunderbudandet genom uppdelning i kompetensområdena Business, Interactive och Technology
- Organisatorisk förnyelse och förstärkning av koncernledningen
- Ökad kännedom om bolaget på kapitalmarknaderna och större utländskt ägande

Genom dessa åtgärder blev Information Highway under 1999 en av de främsta internetkonsulterna i Norden. Grunden är därmed lagd för nästa fas i bolagets utveckling; en kraftfull expansion i Europa i syfte att bli en ledande europeisk partner åt företag som vill dra nytta av affärsmöjligheterna i den nya ekonomin.

Det blev under 1999 allt tydligare att Internet driver fram en fundamental förändring av ekonomin snarare än att bara vara ett marknadskommunikativt verktyg. Innebörden är att nya affärsmodeller ersätter traditionella, vilket i sin tur leder till att företag och organisationer måste ta ett samlat grepp om alla sina affärsprocesser. Eftersom Internet får effekter på hela verksamheten kommer förmågan att hjälpa kunden genomföra förändringar i alla led att vara en avgörande konkurrensfaktor. Denna utveckling är positiv för Information Highway som under 1999 genom nedanstående förvärv säkrade den nödvändiga kompetensen. Dessa förvärv är också integrerade i Information Highways kompetensområden; Business, Interactive och Technology. Samtliga förvärvade bolag och rörelser ägs till 100 procent av Information Highway. Totalt har genomförda förvärv tillfört Bolaget cirka 210 nya medarbetare. Dessa förvärv beskrivs här kortfattat i kronologisk ordning.

Interaction Design, Norge

Interaction Design tillhandahåller affärskritiska system baserade på avancerade infrastrukturer och transaktionshanterare med inriktning på användarvänliga internetlösningar. I syfte att öka användarvänligheten i applikationerna har Interaction Design egenutvecklat en metod, Vision Builder, som kombinerar industridesign och systemutveckling. Denna metod har vidareutvecklats av Information Highway och utgör basen för hur arbetet bedrivs i Information Highway. Interaction Designs verksamhet är inriktad mot större verksamheter samt bolag inom Energi och Bank/Finans. Dessa företag kännetecknas av hög transaktionstäthet och/eller stor datavolymantering, vilket ökar kraven på affärskritiska system. Exempel på betydande kunder är Vattenfall, Viken Energinett, Avanza, Posten DM, Sterling och NordPool. Den ledande marknadsställningen i Norge har uppnåtts genom en fokuserad satsning på välutbildad och kompetent personal inom industridesign, grafisk design, systemutveckling och projektledning.

VERITEMA, Sverige

Veritemas kompetensområden sträcker sig från strategi och affärsutveckling till process- och organisationsutveckling. Bolagets tjänsteutbud inom dessa kompetensområden utgörs främst av projektledning och specialistkunskap inom internetorienterade förändringsprogram avseende bland annat införande av Enterprise Resource Planning-system, strategisk försäljning, marknadsföring och elektroniska betalningar och kortsystem. Kunderna återfinns främst inom Bank/Finans/Försäkring och IT/Telekom. Större kunder är Ericsson, OM Technology, Premiepensionsmyndigheten och Posten.

ELK, Danmark

Företaget bildades 1996 och levererar integrerade lösningar, vilket inbegriper alltifrån direkt kundkontakt till interna produktionssystem och professionellt designade affärslösningar. Bolagets produktioner kombinerar koncept och design med affärsutveckling och tekniskt avancerade lösningar. ELKs kärnkompetens finns inom kvalificerade internetlösningar och bolaget har erhållit flera utmärkelser för egenutvecklade produktioner. Exempel på kunder är Falck, Scandlines, Compaq, Den Danske Bank, PFA Pension, Oticon, Codan och Egmont Online.

Netmill, Finland

Netmill levererar affärskritiska och användarvänliga lösningar för Internet baserade på Linux. Netmill kommer att utgöra Information Highways internationella kompetenscentrum för affärslösningar baserade på Linux/Open source. Netmills kunder utgörs främst av internationella företag inom sektorerna konsumentartiklar, digital media, transport och energi. Exempel på kunder är Lufthansa, Shell Finland,

Nestlé, Arla Finland och BlueBook. Netmill har redan idag uppdrag som spänner över nio olika länder. Tillsammans med Information Highway är ambitionen att bygga upp en växande verksamhet i Finland och bli en av de ledande leverantörerna av affärskritiska internetlösningar i Finland samt att fördjupa samarbetet med dessa kunder på strategiskt viktiga marknader i Europa.

Netmill har goda relationer och stort utbyte med den akademiska världen till exempel i form av Handelshögskolan i Helsingfors och UCLA i Kalifornien, USA. Detta säkerställer tillgången för Information Highway till de allra senaste Linux-/internetrelaterade forskningsrönen och ger även goda möjligheter att rekrytera kompetenta människor i form av framstående studenter och forskare.

BMR – Bergsnov, Mellbye & Rosenbaum, Norge

BMR har ett djupt kunnande inom identitetsdesign, och har vunnit ett stort antal designpriser för sin kreativa förmåga avseende såväl digitala medier (Internet och multimedia) som traditionella medier (trycksaker och böcker). Med BMR blir Information Highway en komplett internetaktör i Norge. Exempel på kunder är Andersen Consulting, Den norske Bank, Orkla Finans och Visa International.

Pyramid – Pyramid Communication, Sverige

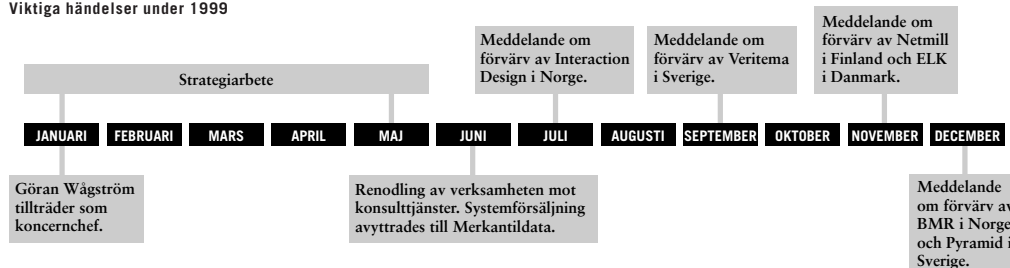
Pyramid är ett av Sveriges ledande företag inom strategisk marknadskommunikation och kommer att utgöra basen för Information Highways fortsatta expansion inom detta område. Verksamheten är rikstäckande och är i första hand inriktad på Business-to-Business-lösningar. Pyramid kommer att utgöra Information Highways internationella kompetenscentrum för marknadskommunikation på Internet. Pyramid kompletterar Information Highways tjänsteutbud som därmed bättre kan möta efterfrågan hos kunder och integrera marknadskommunikation i dess helhetslösningar, vilket bedöms bli allt viktigare i framtida affärer. Bland kunderna finns bland andra SAS, Ericsson, AGA, Perstorp, SKF, Frigoscandia Equipment och Höganäs. Genom förvärvet ökar Information Highway sin närvaro i den viktiga Öresundsregionen och blev vid förvärvet sammanlagt cirka 100 personer i regionen.

Förvärven av ELK, Netmill, BMR och Pyramid konsolideras först 2000.

Nya etableringar

Utöver genomförda förvärv, etablerade sig Information Highway under 1999 i Cambridge, Umeå samt i Köpenhamn, där den förvärvade rörelsen i danska ELK integreras med det befintliga danska bolaget från och med den 1 januari.

Viktiga händelser under 1999



Tillväxt i antalet anställda

Inklusive förvärvade, ännu ej konsoliderade bolagen Netmill, ELK, BMR och Pyramid, uppgick antalet anställda per den 31 december till 542. Antalet anställda i konsoliderade bolag uppgick vid årets slut till 411, vilket är en ökning med drygt 50 procent från den 30 september.

Information Highways tillväxtnål är 1000 anställda innan utgången av år 2000. Bolaget avser att nå detta mål genom förvärv och organisk tillväxt.

Utveckling av humankapitalet

Under 1999 lanserade bolaget ett program för utveckling av Human Resources, innefattande en kvalitetssäkrad rekryteringsprocess och en kraftfull utbildningsinsats som ytterligare ska höja bolagets attraktivitet på arbetsmarknaden, bidra till ökad produktivitet och förstärka den företagskultur som är en av Information Highways framgångsfaktorer.

Bolaget genomförde under hösten 1999 en omfattande rekryteringskampanj som resulterade i drygt 500 kvalificerade ansökningar.

Utveckling av strukturkapitalet

Betydelsefulla steg för att säkra och utveckla strukturkapitalet togs under 1999. Information Highway fortsätter att vidareutveckla arbetsmetoder och kvalitetssäkringssystem för att kombinera sina kunskaper till helhetsåtaganden gentemot kunderna. Införandet av metoden Vision Builder länkar samman kompetens inom bolagets tre Practice Areas – Business, Interactive och Technology – till en integrerad, iterativ utvecklingsprocess.

Ett avancerat intranät med gemensamma metoder, avancerad informationssökning samt effektiv kunskapshantering (knowledge management) har tagits i bruk i syfte att underlätta den interna kommunikationen inom koncernen samt ta till vara den samlade erfarenheten och kunskapen som finns i organisationen och hos dess medarbetare.

Under året blev Information Highway även medlem i det så kallade WAP-Forum, en internationell sammanslutning av företag verksam inom WAP (Wireless Application Protocol – en standard för trådlös internet).

VÄSENTLIGA HÄNDELSER EFTER RÄKENSKAPSÅRETS SLUT

Vid extra bolagsstämma den 10 januari fattades beslut om att genomföra en nyemission (företärsrättsemission) av högst 1 063 385 nya aktier, samt att emittera 549 986 nya aktier för förvärvet av Veritema och 91 803 aktier för förvärvet av rörelsen i ELK. Stämman bemyndigade även styrelsen att emittera ytterligare högst 3 000 000 aktier i samband med genomförande av ytterligare förvärv av företag och rörelser. Utav dessa har totalt 277 431 emitterats genom apportemission för förvärven av Netmill, Pyramid och BMR.

Vid extra bolagsstämma den 19 januari beslutade aktieägarna om split 10:1 av bolagets aktie.

Det Norska Dotterbolaget, Information Highway A/S, tidigare InfoExpert, har sålts och kommer endast att ingå i koncernens resultat till och med 2000-03-31.

Den 24 februari 2000 annonserades samgåendet mellan Information Highway och Connecta som därmed bildar ett av Europas ledande internetkonsultbolag. Den nya koncernen kommer att bli ett fullserviceföretag som står väl rustat att möta kraven från större företag och organisationer. Tillsammans kommer det nya bolaget att kunna erbjuda en komplett uppsättning tjänster inom internet, från strategi och design till teknisk implementering. Beslut om samgåendet sker vid extra bolagsstämma i maj.

Motiv till samgåendet i korthet

- Företagsledningarna i Connecta och Information Highway delar samma vision och mål att hjälpa sina kunder att utveckla konkurrenskraftiga strategiska lösningar för den nya digitala ekonomin.



- Organisationen och företagskulturen hos Connecta och Information Highway har många likheter, vilket bäddar för en snabb och friktionsfri integrationsprocess.
- De båda företagsledningarna kompletterar varandra väl. Information Highways ledning har bevisat att den har ingående kunskaper om internationell industriell affärsverksamhet och integrationsarbete vid förvärv samtidigt som Connectas ledning besitter stor kompetens inom strategisk konsultverksamhet för Internet.
- Både Connecta och Information Highway är starkt fokuserade på lönsamhet, hög tillväxt och kvalitet.
- Information Highways höga tekniska kompetens inom områden som trådlös kommunikation och Linux kompletterar Connectas kompetens inom strategisk affärsutveckling för Internet och e-handel. Genom samgåendet kommer den nya koncernen att kunna erbjuda sina kunder ett komplett serviceutbud som inkluderar allt från strategiska konsulttjänster för Internet, design och teknisk implementering.
- Den nya koncernen kommer att ha ett starkt fokus på internetstrategi med över 200 erfarna konsulter som kan vägleda kunderna om hur Internet och e-handel påverkar deras övergripande affärsstrategi.
- De två företagens kundbaser kompletterar varandra väl.
- Styrkan och storleken hos det sammanslagna företaget skapar förutsättningar för en snabbare internationell expansion. Dessutom får företaget bättre möjlighet att erbjuda internationella företag större projektlösningar internationellt. Connecta är i dag verksamt i Sverige och har undertecknat en avsiktsförklaring att förvärva Albatros Network A/S i Danmark. Information Highway har verksamhet i Sverige, Norge, Danmark, Finland och Storbritannien.
- Inom Sverige kompletterar Connecta och Information Highway varandra väl geografiskt. Connecta är idag starka i Stockholm medan Information Highway finns etablerade i flertalet större städer i Sverige, från Umeå i norr till Malmö och Öresundsregionen i söder.

FLERÅRSÖVERSIKT

RESULTATRÄKNING I SAMMANDRAG

MSEK	1999	1998	1997	1996	1995
Nettoomsättning	213,8	455,3	326,5	150,3	81,3
Rörelsekostnader	-209,5	-466,5	-302,2	-140,4	-76,8
Realisationsresultat vid försäljning av dotterbolag	16,0	–	–	–	–
Rörelseresultat före jämförelsestörande poster och goodwillavskrivningar	20,3	-11,3	24,3	9,9	4,5
Jämförelsestörande poster	–	-39,8	–	–	–
Goodwillavskrivningar	-18,5	-10,5	-4,1	-0,4	–
Goodwillnedskrivning	–	-5,0	–	–	–
Rörelseresultat efter jämförelsestörande poster och goodwillavskrivningar	1,8	-66,6	20,2	9,5	4,5
Finansnetto	-0,2	-0,4	0,3	0,0	-0,4
Resultat efter finansnetto	1,6	-67,0	20,5	9,5	4,2
Bokslutsdispositioner	–	–	–	–	-1,2
Resultat före skatt	1,6	-67,0	20,5	9,5	3,0
Skatt	-1,2	13,8	-6,6	-2,8	-0,8
Periodens resultat	0,4	-53,1	13,9	6,7	2,1

RESULTATRÄKNINGAR I SAMMANDRAG FÖR KONSULTVERKSAMHETEN

MSEK	1999	1998
Nettoomsättning	201,6	125,6
Rörelsekostnader	-173,8	-118,7
Rörelseresultat före jämförelsestörande poster och goodwillavskrivningar	27,8	6,9

Nyckeltal

	1999	1998
Rörelsemarginal före jämförelsestörande poster och goodwillavskrivningar, %	13,8	5,5

BALANSRÄKNINGAR I SAMMANDRAG

MSEK	1999	1998	1997	1996	1995
Immateriella anläggningstillgångar	198,0	38,3	29,9	9,9	0,0
Övriga anläggningstillgångar	36,5	24,7	13,0	4,1	1,0
Summa anläggningstillgångar	234,5	62,9	43,0	14,0	1,0
Varulager	–	28,2	24,4	5,2	4,0
Kundfordringar	65,3	90,5	87,4	52,7	20,9
Likvida medel	20,0	35,4	64,4	9,6	1,1
Övriga omsättningstillgångar	47,9	30,2	11,7	5,2	0,4
Summa omsättningstillgångar	133,2	184,4	187,9	72,6	26,4
Summa tillgångar	367,7	247,3	230,8	86,6	27,4
Eget kapital	253,8 ¹⁾	89,2	127,2	37,4	5,5
Ej räntebärande långfristiga skulder	0,3	1,5	3,2	1,7	0,4
Räntebärande långfristiga skulder	19,3	41,9	17,1	0,0	2,3
Summa långfristiga skulder	19,6	43,4	20,4	1,7	2,6
Leverantörsskulder	20,3	73,6	53,0	35,7	15,2
Övriga skulder	74,0	41,0	30,3	11,7	4,1
Summa kortfristiga skulder	94,3	114,7	83,2	47,5	19,3
Summa eget kapital och skulder	367,7	247,3	230,8	86,6	27,4

Noter, se sid 9.

NYCKELTAL

	1999	1998	1997	1996	1995
Lönsamhet					
Rörelsemarginal före jämförelsestörande poster och goodwillavskrivningar, %	9,5	neg	7,4	6,6	5,5
Rörelsemarginal efter jämförelsestörande poster och goodwillavskrivningar, %	0,8	neg	6,2	6,3	5,5
Vinstmarginal före skatt, %	0,7	neg	6,3	6,3	5,2
Räntabilitet på sysselsatt kapital, %	1,2	neg	14,7	17,9	26,8
Räntabilitet på eget kapital, %	0,2	neg	16,9	31,3	61,4
Finansiell ställning					
Nettoskuldsättning, MSEK	24,3	6,5	–47,2	–7,9	–1,2
Räntetäckningsgrad, ggr	1,8	neg	15,2	35,0	10,4
Soliditet, %	69,0	36,1	55,1	43,2	20,1
Andel riskbärande kapital, %	69,1	36,7	55,1	43,2	20,7
Investeringar, MSEK	31,8	28,3	12,3	4,3	1,0
Medarbetare					
Medelantal medarbetare, st ²⁾	274	239	121	41	15
Antal medarbetare vid årets slut, st	411	244	187	90	22
Omsättning per medarbetare, MSEK ³⁾	0,780	–	–	–	–
Förädlingsvärde per medarbetare, MSEK ³⁾	0,512	–	–	–	–

Noter, se sid 9.

DATA PER AKTIE

	1999	1998	1997	1996	1995
Genomsnittligt antal aktier, miljoner ⁴⁾	3,633	3,354	2,788	1,208	0,119
Antal aktier vid årets slut, miljoner ⁴⁾	4,162	3,412	3,264	2,280	0,136
Antal aktier vid årets slut (efter utspädning), miljoner ⁴⁾ , 5)	4,672	3,752	3,434	2,280	0,136
Vinst SEK/aktie ⁴⁾	0,1	neg	5,0	5,5	18,0
Vinst SEK/aktie (efter utspädning) ⁴⁾ , 5)	0,6	neg	4,2	2,9	15,7
Eget kapital SEK/aktie ⁴⁾	69,9	26,1	38,6	16,4	40,3
Eget kapital SEK/aktie (efter utspädning) ⁴⁾ , 5)	86,7	34,1	42,2	16,4	40,3
Utdelning SEK/aktie ⁴⁾	0,0	0,0	0,5	0,0	0,0

- 1) Varav 132,8 MSEK avser per bokslutsdagen ej registrerad, ej beslutad nyemission. Beslut om emission fattades vid extra bolagsstämma den 10 januari 2000, registrering har skett den 12 januari 2000.
- 2) Vid beräkningen har antalet anställda minskats med de 31 medarbetare som kontrakterats men ej påbörjat sin anställning per den 31 december 1999.
- 3) Jämförelsetal för perioden 1995–1998 är ej relevanta då affärsområdet Systems produktförsäljning ingår.
- 4) Se vidare aktiekapital, sid 26–27. Avseende 1999 inkluderas apportemission riktad till säljare av Veritema AB beslutad den 10 januari 2000 och registrerad den 12 januari 2000.
- 5) Se vidare personaloptionsprogram, sid 27.

Definitioner
Rörelsemarginal före jämförelsestörande poster och goodwillavskrivningar

Rörelseresultat före jämförelsestörande poster och goodwillavskrivningar i procent av rörelsens nettoomsättning.

Rörelsemarginal efter jämförelsestörande poster och goodwillavskrivningar

Rörelseresultat efter jämförelsestörande poster och goodwillavskrivningar i procent av rörelsens nettoomsättning.

Vinstmarginal före skatt

Resultat efter finansnetto i procent av rörelsens nettoomsättning.

Räntabilitet på sysselsatt kapital

Rörelseresultat efter finansnetto plus finansiella kostnader i procent av genomsnittligt sysselsatt kapital.

Räntabilitet på eget kapital

Resultat efter skatt i procent av genomsnittligt eget kapital.

Nettoskuldsättning

Räntebärande skulder reducerade med finansiella räntebärande tillgångar.

Räntetäckningsgrad

Resultat efter finansnetto plus finansiella kostnader i förhållande till räntekostnader.

Soliditet

Eget kapital i procent av balansomslutningen.

Investeringar

Investeringar i anläggningstillgångar.

Rörelsekapital

Varulager och kortfristiga rörelsefordringar minskade med kortfristiga rörelseskulder.

Sysselsatt kapital

Balansomslutning minskad med icke räntebärande skulder och latent skatt.

Förädlingsvärde

Rörelseresultat före jämförelsestörande poster och goodwillavskrivningar plus lönekostnader inklusive lönebikostnader.

Genomsnittligt antal anställda

Genomsnitt av antal årsanställda under året.

Vinst per aktie

Resultat efter full skatt dividerat med genomsnittligt antal aktier. Antalet aktier har justerats för genomförda fondemissioner och split.

Vinst per aktie vid full utspädning

Vinst per aktie justerat för effekter av utestående konvertibler och optioner.

Eget kapital per aktie

Eget kapital dividerat med antal aktier vid periodens slut. Antal aktier har justerats för genomförda fondemissioner och split.

Eget kapital per aktie vid full utspädning

Eget kapital per aktie justerat för effekter av utestående konvertibler och optioner.



ÄGARFÖRHÅLLANDEN

I nedanstående tabell åskådliggörs Information Highways ägarstruktur per den 31 december 1999, korrigerat för förvärven av Veritema AB och rörelsen i ELK ApS, före föreliggande nyemission och full utspädning.

Namn	Antal aktier	Andel kapital och röster, %
State Street Bank and Trust Co.	6 900 470	16,2%
Nordic IT Investor Provider BV	4 236 770	10,0%
Chase Manhattan Bank	3 617 030	8,5%
Christiania Bank och Kreditkasse	2 028 200	4,8%
Banca Popolare di Brescia	1 706 500	4,0%
Robert Fleming & Co. Ltd.	1 302 580	3,1%
Ericsson Holding International BV	1 117 740	2,6%
Euroclear	972 270	2,3%
Triaxis Trust AG	957 120	2,3%
ELK ApS	918 030	2,2%
Övriga	18 778 680	44,1%
Totalt	42 535 390	100,0%

FÖRSLAG TILL BEHANDLING AV FÖRLUST

Koncernens ansamlade förlust enligt koncernbalansräkningen uppgår till –27 809 125 SEK. Någon avsättning till bundna reserver föreslås ej.

Styrelsen och den verkställande direktören föreslår att den ansamlade förlusten i moderbolaget, –19 655 227 SEK, överförs i ny räkning.

RESULTATRÄKNING

(Belopp i TSEK)	Not	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
		1999	1998	1999	1998
Nettoomsättning	2, 3	199 613	455 279	28 620	4 979
Övriga intäkter	2, 3	14 172	–	–	–
Realisationsresultat vid försäljning av dotterbolag	28	16 028	–	–	–
		229 813	455 279	28 620	4 979
Rörelsens kostnader:					
Underentreprenad		3 351	–	–	–
Handelsvaror		–2 446	–262 874	–	–81
Övriga externa kostnader	8, 13	–62 364	–56 416	–22 985	–15 418
Personalkostnader	4, 5, 6	–136 544	–136 945	–13 161	–9 032
Avskrivningar		–30 033	–24 872	–4 985	–854
Jämförelsestörande poster	7	–	–39 800	–	–6 200
Övriga rörelsekostnader		–9	–950	–	–24
		–228 045	–521 857	–41 131	–31 609
Rörelseresultat		1 768	–66 578	–12 511	–26 630
Resultat från finansiella investeringar:					
Resultat från andelar i koncernföretag	9, 10	–	–	20 983	–40 500
Övriga ränteintäkter och liknande resultatposter	10	1 817	2 354	618	649
Räntekostnader och liknande resultatposter		–2 021	–2 733	–1 024	–1 509
		–204	–379	20 577	–41 360
Resultat efter finansiella poster		1 564	–66 957	8 066	–67 990
Bokslutsdispositioner	11	–	–	–	6 673
Resultat före skatt		1 564	–66 957	8 066	–61 317
Skatt på årets resultat	12	–1 203	13 846	2 141	4 170
Årets resultat		361	–53 111	10 207	–57 147

BALANSRÄKNING

		KONCERNEN		MODERBOLAGET	
(Belopp i TSEK)	Not	1999	1998	1999	1998
Tillgångar					
Anläggningstillgångar					
Immateriella anläggningstillgångar					
Balanserade utgifter för forsknings- och utvecklingsarbeten		–	347	330	–
Goodwill	14	200 230	37 961	1 800	2 400
		200 230	38 308	2 130	2 400
Materiella anläggningstillgångar					
Inventarier, verktyg och installationer	15	33 984	24 072	22 169	2 266
		33 984	24 072	22 169	2 266
Finansiella anläggningstillgångar					
Andelar i koncernföretag	16	–	–	242 520	66 486
Andra långfristiga värdepappersinnehav	17	–	568	–	–
Andra långfristiga fordringar		300	–	–	–
		300	568	242 520	66 486
Summa anläggningstillgångar		234 514	62 948	266 818	71 152
Omsättningstillgångar					
Varulager m.m.					
Färdiga varor och handelsvaror		–	28 209	–	–
		–	28 209	–	–
Kortfristiga fordringar					
Kundfordringar		65 277	90 535	1 651	538
Fordringar hos koncernföretag		–	–	59 233	50 875
Övriga fordringar		11 968	16 527	6 018	3 891
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	19	35 987	13 659	31 088	6 102
		113 232	120 721	97 990	61 406
Kassa och bank		19 985	35 441	93	133
Summa omsättningstillgångar		133 217	184 371	98 082	61 539
Summa tillgångar		367 731	247 319	364 901	132 691

BALANSRÄKNING

(Belopp i TSEK)	Not	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
		1999	1998	1999	1998
Eget kapital och skulder					
Eget kapital	20				
Bundet eget kapital					
Aktiekapital		4 162	3 412	4 162	3 412
Bundna reserver/reservfond		289 844	132 328	279 054	121 734
		294 006	135 740	283 216	125 146
Fritt eget kapital					
Fria reserver/balanserad vinst eller förlust		-40 509	6 594	-29 862	19 410
Årets resultat		361	-53 111	10 207	-57 147
		-40 148	-46 517	-19 655	-37 737
Summa eget kapital		253 858	89 223	263 561	87 409
Avsättningar					
Avsättningar för skatter	21	-	297	-	-
Övriga avsättningar	22	-	1 244	-	1 244
Summa avsättningar		-	1 541	-	1 244
Långfristiga skulder					
Checkräkningskredit	23	-	19 975	-	2 039
Skuld koncernbolag		-	-	-	-
Övriga skulder	24	19 626	21 931	17 640	17 640
Summa långfristiga skulder		19 626	41 906	17 640	19 679
Kortfristiga skulder					
Skuld till kreditinstitut		24 971	-	24 641	-
Förskott från kunder		500	-	-	-
Leverantörsskulder		20 313	73 609	14 221	5 381
Skulder till koncernföretag		-	-	35 754	14 159
Skatteskulder		2 194	2 658	-	-
Övriga skulder		13 165	14 630	-874	3 216
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	25	33 104	23 752	9 958	1 603
Summa kortfristiga skulder		94 247	114 649	83 700	24 359
Summa eget kapital och skulder		367 731	247 319	364 901	132 691
Poster inom linjen					
Ställda säkerheter	26	500	27 000	-	-
Ansvarsförbindelser	27	6 150	17 294	6 150	17 294

KASSAFLÖDESANALYS

(Belopp i TSEK)	Not	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
		1999	1998	1999	1998
Den löpande verksamheten					
Rörelseresultat		1 768	-66 578	-12 511	-26 630
Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet					
Reavinst försäljning dotterbolag		-16 028	-	-	-
Avskrivningar		30 033	24 872	4 984	854
		15 773	-41 706	-7 526	-25 776
Erhållen ränta		1 817	2 354	618	649
Erlagd ränta		-2 021	-2 733	-606	-1 509
Betald inkomstskatt		-	-595	-	-9
Kassaflöde från den löpande verksamheten					
före förändringar av rörelsekapital		15 569	-42 680	-7 515	-26 645
Förändring i rörelsekapital					
Varulager		45 629	-3 832	-	20 767
Kortfristiga fordringar		91 749	-11 080	-36 584	27 611
Kortfristiga skulder		28 639	31 416	59 341	-49 462
Kassaflöde från den löpande verksamheten					
efter förändringar av rörelsekapital		166 017	16 504	22 757	-1 084
Kassaflöde från den löpande verksamheten					
		181 586	-26 176	15 242	-27 729
Investeringsverksamheten					
Försäljning av dotterbolag	28	49 306	-	69 186	-
Förvärv av dotterbolag	29	-28 528	-	-56 778	29 349
Tillskott till dotterbolag		-	-	-	22 443
Förvärv av immateriella anläggningstillgångar		-191 386	23 874	-	-
Förvärv av materiella anläggningstillgångar		-31 756	18 875	-24 401	-7 442
Kassaflöde från investeringsverksamheten					
		-202 364	42 749	-11 999	44 350
Finansieringsverksamheten					
Nyemission		-	16 800	-	16 800
Optionspremier		3 508	-	-	-
Förändring av lån		6 025	4 806	-	526
Förändring av övriga krediter		-4 211	19 975	-2 039	2 039
Utbetald avsättning		-	-	-1 244	-
Utbetald utdelning		-	-1 648	-	-1 648
Kassaflöde från finansieringsverksamheten					
		5 322	39 933	-3 283	17 717
Likvida medel vid årets början					
		35 441	64 433	133	54 495
Ändring av likvida medel					
		-15 456	-28 992	-40	-54 362
Likvida medel vid årets slut					
		19 985	35 441	93	133



NOTER

Not 1 Redovisnings- och värderingsprinciper

Information Highway ABs redovisning är upprättad i enlighet med ÅRL samt med BFNs och RRs rekommendationer.

Koncernredovisning

Koncernens bokslut är upprättat enligt RR 1, varvid förvärvsmetoden tillämpats, vilket innebär att dotterbolagens egna kapital vid förvärvet, skillnad mellan tillgångar och skulder, elimineras i sin helhet. I koncernens egna kapital ingår endast den del av dotterbolagens egna kapital som tillkommit efter förvärvet.

Resultatet från under året förvärvade bolag har eliminerats för tiden fram till förvärvet.

Om det koncernmässiga anskaffningsvärdet för förvärvade aktier överstiger det i förvärvsanalysen upptagna marknadsvärdet av bolagets nettotillgångar, upptas skillnaden som koncernmässig goodwill. Goodwill hänförlig till förvärvade bolag redovisas som anläggningstillgång och skrivs av under en beräknad ekonomisk livslängd om 5 år.

Vid omräkning av utländska dotterbolags balansräkningar har den sk dagskursmetoden tillämpats. Metoden innebär att tillgångar och skulder omräknats till balansdagens kurs.

Omräkningsdifferenser förs direkt till det egna kapitalet och påverkar således inte koncernens resultat. Resultaträkningar omräknas efter genomsnittlig kurs.

I koncernbalansräkningen redovisas inga obeskattade reserver i enlighet med Redovisningsrådets rekommendationer. Dessa redovisas istället till 72% som bundet eget kapital och till 28% som latent skatteskuld.

Redovisning av koncernbidrag

Information Highway AB följer Redovisningsrådets akutgrupp uttalande om redovisning av koncernbidrag, vilket innebär att koncernbidrag redovisas efter sin ekonomiska innebörd. Koncernbidrag som lämnats och tagits emot i syfte

att minimera koncernens skatt redovisas som en minskning respektive ökning av fritt eget kapital.

Finansiell leasing

Avtal om finansiell leasing har ingåtts under senare delen av 1999. Värdet av dessa uppgår ej till väsentliga belopp varvid redovisning ej skett enligt Redovisningsrådets rekommendation.

Fordringar

Fordringar har tagits upp till det belopp som efter individuell genomgång beräknas bli betalt.

Skulder och fordringar i utländsk valuta

Skulder och fordringar i utländsk valuta är värderade till balansdagens kurs.

Varulager

Varulagret värderas till det lägsta av anskaffningsvärdet och det verkliga värdet på balansdagen.

Anläggningstillgångar

Materiella och immateriella anläggningstillgångar skrivs av över den bedömda ekonomiska livslängden.

Följande avskrivningstider tillämpas:

Immateriella tillgångar	5 år
Inventarier	5 år
Datorer och installationer	3 år

Principer för vinstavräkning

Konsulttjänster på löpande räkning resultatavräknas i takt med att fakturering sker. Projekt som omfattar konsultinsatser och som löper över en längre period, vinstavräknas successivt. Den successiva vinstavräkningen baseras på de per balansdagen nedlagda arbetsinsatserna och kostnaderna i förhållande till de beräknade kostnaderna.

Forsknings- och utvecklingsarbeten

Utgifter för forsknings- och utvecklingsarbeten har kostnadsförts löpande under året.

Not 2 Nettoomsättningens fördelning på geografiska marknader
KONCERNEN

TSEK	1999	1998
Norden	212 163	453 343
Europa	1 322	1 787
Nordamerika	29	149
Övriga marknader	271	–
	213 785	455 279

Not 3 Inköp och försäljning mellan koncernföretag
MODERBOLAGET

	1999	1998
Inköp	21,8%	43,6%
Försäljning	57,4%	77,7%

Not 4 Medelantalet anställda

	KONCERNEN				MODERBOLAGET			
	1999 Antal anställda	Varav män	1998 Antal anställda	Varav män	1999 Antal anställda	Varav män	1998 Antal anställda	Varav män
Sverige	251	80%	228	77%	16	28%	14	32%
Norge	41	27%	11	100%	–	–	–	–
Danmark	7	–	–	–	–	–	–	–
Bolaget totalt	299	72%	239	78%	16	28%	14	32%

Not 5 Löner, andra ersättningar och sociala kostnader

	1999		1998	
	Löner och andra ersättningar	Sociala kostnader (varav pensionskostnader)	Löner och andra ersättningar	Sociala kostnader (varav pensionskostnader)
Moderbolag	8 159	4 401 (1 118)	7 012	2 609 (575) *
Dotterbolag	89 392	30 813 (8 285)	88 909	38 900 (8 202) *
Koncern	97 551	35 214 (9 403)	95 921	41 509 ** (8 777) *
Varav dotterbolag i Norge	8 419	1 204 (–)	6 519	937 (–) *

* Av koncernens pensionskostnader avser 1 474 TSEK (1 147) gruppen styrelse och VD. Motsvarande kostnad för moderbolaget uppgår till 210 TSEK (230).

** I posterna ingår beloppet 0 TSEK (7 000) upptaget under jämförelsestörande poster i resultaträkningen.

Löner och andra ersättningar fördelade mellan styrelseledamöter m fl och anställda:

	1999		1998	
	Styrelse och VD (varav tantiem o.d.)	Övriga anställda	Styrelse och VD (varav tantiem o.d.)	Övriga anställda
Moderbolag	1 580	6 579	1 288	5 964
	(-)		(-)	
Dotterbolag	8 293	80 469	6 950	76 953
	(-)		(195)	
Varav dotterbolag i Norge	1 961	6 458	1 679	4 841
	(-)		(-)	
Koncernen totalt	10 503	87 048	8 238	82 917

Not 6 Ersättningar m m till VD, styrelseordförande och ledande befattningshavare

Under 1999 har bl a följande kostnader belastat moderbolaget:

Verkställande direktören:	
Lön och andra förmåner	1 380 TSEK
Styrelsens ordförande:	
Styrelsearvode	80 TSEK

Till verkställande direktören ska Bolaget avsätta max 35 procent av årslönen till pension, beloppet får dock ej överstiga 10 basbelopp à 36 400 SEK (1999). Övriga ledande befattningshavare i koncernens ledningsgrupp har rätt till

pensionsförmån motsvarande allmän pensionsplan. Vid uppsägning från Bolagets sida är verkställande direktören berättigad till, utöver lön under sex månaders uppsägningstid, avgångsvederlag motsvarande tolv månadslöner samt pensionsförmån under motsvarande tidsperiod. För övriga ledande befattningshavare gäller en uppsägningstid om 3–12 månader vid uppsägning från Bolagets sida utan föreskrift om avgångsvederlag.

Styrelsearvode har uppgått till 200 TSEK i enlighet med bolagsstämmobeslut. Inget konsultarvode har utgått till styrelseledamöter.

Not 7 Jämförelsestörande poster

	1999	1998
MODERBOLAGET		
Personalavvecklingskostnader	-	-1 500
Utvecklingskostnader	-	-4 700
Summa	-	-6 200
KONCERNEN		
Personalavvecklingskostnader	-	-7 000
Utvecklingskostnader	-	-5 200
Lagervärdenedskrivning	-	-21 200
Nedskrivning uthyrningsinventarier	-	-3 000
Tidigare beräknad bonus från leverantörer		
har förändrats p g a ändrade villkor	-	-2 400
Avsättning för kundförluster	-	-1 000
Summa	-	-39 800

Not 8 Ersättning till revisorerna

	MODER- KONCERNEN BOLAGET	
Revision	1999	1999
Ernst & Young	477	123
Öhrlings PricewaterhouseCoopers	224	209
KPMG	76	-
Annat revisionsbolag	80	-
	857	332
Andra uppdrag än revisionsuppdraget		
Ernst & Young	294	250
Öhrlings PricewaterhouseCoopers	203	203
Annat revisionsbolag	79	-
	576	453
Summa	1 433	785

Not 9 Andelar i koncernföretag

TSEK	MODERBOLAGET	
	1999	1998
Ingående anskaffningsvärde	106 986	40 267
Inköp	197 018	29 349
Försäljning	-20 983	-
Lämnade aktieägartillskott	-	37 370
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	283 021	106 986
Ingående nedskrivningar	-40 500	-
Årets nedskrivningar	-	-40 500
Utgående ackumulerade nedskrivningar	-40 500	-40 500
Utgående bokfört värde	242 520	66 486

Not 10 Övriga ränteintäkter och liknande resultatposter

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	1999	1998	1999	1998
Räntor	1 816	2 280	618	649
Kursdifferenser	1	74	-	-
Realisationsresultat vid försäljning av dotterbolag	-	-	20 983	-40 500
Summa	1 817	2 354	21 601	-39 851

Not 11 Bokslutsdispositioner

	MODERBOLAGET	
	1999	1998
Skillnad mellan bokförda avskrivningar och avskrivningar enligt plan	-	1 611
Avsättning till periodiseringsfond	-	5 062
Summa	-	6 673

Not 12 Skatt på årets resultat

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	1999	1998	1999	1998
Betald skatt	3 910	-595	-	-9
Latent skatt/skatt avseende koncernbidrag	-5 113	14 441	2 141	4 179
Summa	-1 203	13 846	2 141	4 170

Not 13 Leasingavtal

Bolaget har ingått hyresavtal av operationell natur enligt följande

Maskiner/Inventarier	KONCERNEN	MODERBOLAGET
Avgifter som förfaller		
2000	1 769	310
2001	1 180	310
2002	721	52
förfaller efter 2002	5	0
Årets leasingkostnader har uppgått till	1 405	167

Not 14 Immateriella anläggningstillgångar

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
Goodwill	1999	1998	1999	1998
Ingående anskaffningsvärde	58 083	34 510	3 000	3 000
Inköp	191 925	23 573	–	–
Försäljning dotterbolag	–13 046	–	–	–
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	236 962	58 083	3 000	3 000
Ingående avskrivningar	–20 122	–4 581	600	–
Försäljning dotterbolag	2 519	–	–	–
Årets avskrivningar	–19 129	–10 541	600	600
Årets nedskrivningar	–	–5 000	–	–
Utgående ackumulerade avskrivningar	–36 732	–20 122	1 200	600
Utgående planenligt restvärde	200 230	37 961	1 800	2 400

Not 15 Materiella anläggningstillgångar

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
Inventarier	1999	1998	1999	1998
Ingående anskaffningsvärde	34 229	17 878	2 547	11 601
Inköp	45 374	28 331	24 401	2 090
Inventarier i avyttrade dotterbolag	–40 764	–11 980	–222	–11 144
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	38 839	34 229	26 726	2 547
Ingående avskrivningar	–10 157	–4 797	–281	–2 883
Inventarier i avyttrade dotterbolag	25 916	3 971	102	2 856
Årets avskrivningar	–10 904	–9 331	–4 378	–254
Utgående ackumulerade avskrivningar	4 855	–10 157	–4 557	–281
Utgående planenligt restvärde	33 984	24 072	22 169	2 266



Not 16 Andelar i koncernföretag

	Kapitalandel	Rösträttsandel	Antal andelar	Bokfört värde
DOTTERBOLAG:				
Information Highway Stockholm AB	100,0%	100,0%	1 000	4 612
Information Highway Västerås AB	100,0%	100,0%	10 000	6 815
Information Highway Karlstad AB	100,0%	100,0%	10 000	2 733
Information Highway Norrköping AB	100,0%	100,0%	10 000	7 767
Information Highway Göteborg AB	100,0%	100,0%	1 010	2 680
Information Highway Malmö AB	100,0%	100,0%	10 000	7 560
Information Highway Management Consulting AB	100,0%	100,0%	1 000	637
Information Highway Uptime AB	100,0%	100,0%	1 000	2 184
Information Highway Norrland AB	100,0%	100,0%	200 000	561
Veritema AB	100,0%	100,0%	200 000	133 669
Information Highway City AB	100,0%	100,0%	2 000	3 906
Information Highway AS (Danmark)	100,0%	100,0%	1 250	698
Information Highway A/S (Norge)	100,0%	100,0%	150 000	6 118
Interaction Design AS (Norge)	100,0%	100,0%	5 500	62 558
Info Highway UK Limited (England)	100,0%	100,0%	–	22
Summa				242 520
DOTTERDOTTERBOLAG:				
Information Highway Data AB	100,0%	100,0%	100 000	0
Information Highway Strategi AB	100,0%	100,0%	1 000	0
Interaction Design Sweden AB	100,0%	100,0%	2 000	0
Veritema Consulting AB	100,0%	100,0%	100 000	0
Veritema Financial IT-Service AB	100,0%	100,0%	100 000	0
Veritema IT-Aktier AB	100,0%	100,0%	100 000	0
Veritema Programledning AB	100,0%	100,0%	100 000	0

Affärsdrivande:	Organisationsnr	Säte
Information Highway AB (publ)	556482-5833	Stockholm
Information Highway Norrköping AB	556524-2418	Norrköping
Information Highway Göteborg AB	556506-9167	Göteborg
Information Highway Malmö AB	556502-1903	Malmö
Information Highway Norrland AB	556533-9917	Stockholm
Information Highway Stockholm AB	556519-0591	Stockholm
Information Highway Västerås AB	556312-4923	Västerås
Information Highway Karlstad AB	556478-8551	Karlstad
Information Highway Uptime AB	556521-9069	Stockholm
Information Highway Management Consulting AB	556508-9637	Stockholm
Veritema AB	556538-8773	Stockholm
Veritema Consulting AB	556549-4720	Stockholm
Veritema Financial IT-Service AB	556552-5010	Stockholm
Veritema IT-Aktier AB	556544-2281	Stockholm
Veritema Programledning AB	556544-2307	Stockholm
Interaction Design Sweden AB	556546-6140	Stockholm
Interaction Design AS	877 530 582	Oslo
Information Highway AS	941 421 849	Oslo
Information Highway A/S	AS241693	Gentofte
Info Highway UK Limited	385 26 00	London



Vilande:

Information Highway Data AB	556335-5220	Stockholm
Information Highway City AB	556453-4674	Stockholm
Information Highway Strategi AB	556473-9141	Stockholm

Under hösten 1999 förvärvades svenska Veritema-koncernen och konsultbolaget Interaction Design AS i Norge. Nytt bolag, Info Highway UK Limited, startades i England.

I slutet av 1999 förvärvades finska Netmill, danska ELK, norska BMR och Pyramid i Sverige. Dessa fyra förvärv är

ej konsoliderade i 1999 års koncernårsredovisning.

I juni 1999 avyttrades affärsområdet Systems, inklusive bolagen Information Highway Systems AB och Information Highway Systems Södra AB, till norska Merkantildata.

Not 17 Aktier och andelar

KONCERNEN

Ej noterade bokfört värde	1999	1998
Adabtor AS	–	11
Bilnett AS	–	557
Summa	–	568

Not 18 Övriga fordringar

Av posten 11 968 utgör 4 592 TSEK latent skattefordran avseende värderade förlustavdrag.

Not 19 Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	1999	1998	1999	1998
Förutbetalda hyror	4 402	5 003	3 191	3 791
Upplupna ränteintäkter	18	139	–	–
Levererat men ej fakturerat	–	3 529	–	–
Förutbetalda kampanjkostnader	–	–	–	–
Pågående ombyggnation på förhyrd fastighet	–	1 528	–	1 528
Fordran aktier nyförvärv	18 741	–	18 741	–
Förutbetalda förvärvskostnader	4 647	–	4 647	–
Förutbetalda emissionskostnader	561	–	561	–
Förutbetalda försäkringar	828	–	725	–
Övriga poster	6 790	3 460	3 223	783
Summa	35 987	13 659	31 088	6 102

Not 20 Förändring av eget kapital

KONCERNEN	Aktie- kapital	Bundna reserver	Fritt eget kapital	Totalt
Belopp vid årets ingång	3 412	132 328	-46 517	89 223
Nyemission	200	25 020	–	25 220
Föreslagen ej beslutad nyemission ¹⁾	550	132 229	–	132 779
Förskjutning mellan bundet och fritt kapital	–	267	-267	0
Optionsintäkter, kursdifferens m m	–	–	6 275	6 275
Årets resultat	–	–	361	361
Belopp vid årets utgång	4 162	289 844	-40 148	253 858

Aktiekapitalet i Information Highway AB (publ) 556482-5833 utgörs av 3 411 750 aktier à nominellt en (1) SEK

MODERBOLAGET	Aktie- kapital	Bundna reserver	Fritt eget kapital	Totalt
Belopp vid årets ingång	3 412	121 734	-37 737	87 409
Nyemission	200	25 020	–	200
Föreslagen ej beslutad nyemission ¹⁾	550	132 299	5 445	5 995
Koncernbidrag, netto	–	–	–	–
Optionsintäkter	–	–	2 430	2 430
Årets resultat	–	–	10 207	10 207
Belopp vid årets utgång	4 162	279 054	-19 655	263 561

1) Avser apportemission riktad till säljare av Veritema AB beslutad på extra bolagsstämma den 10 januari 2000 och registrerad den 12 januari 2000.

Not 21 Latent skatt

Latent skatteskuld i koncernen avser skatt på obeskattade reserver och uppgår till 0 (297) TSEK.
Den latent skatteskulden har ej belastat årets räkenskaper.

Not 22 Övriga avsättningar

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	1999	1998	1999	1998
Avgångsvederlag	–	1 244	–	1 244
Summa	–	1 244	–	1 244

Not 23 Checkräkningskredit

Beviljat belopp på checkräkningskredit uppgår i koncernen till 25 000 TSEK (20 000 TSEK) och i moderbolaget 0 TSEK (0 TSEK).

till aktier från och med 2000-05-31 till och med 2002-05-31. Konverteringskursen är 105 SEK och maximalt kommer 1 700 000 nya aktier att emitteras.

Våren 1998 emitterades teckningsoptioner till bolagets anställda som vid fullt utnyttjande ger rätt till 1 700 000 aktier. Teckningskursen uppgår till 250 SEK. Teckning kan ske under perioden 2001-07-01 till 2002-02-15.

Not 24 Konvertibelt lån

Ett konvertibelt förlagslån om 17 850 TSEK tecknades under 1997 av bolagets anställda. Lånet belöper med STIBOR 360 dagar minus 0,5 % som fastställs den 15 mars varje år och förfaller till betalning 2002-06-16. Lånet kan konverteras

Våren 1999 emitterades teckningsoptioner till bolagets anställda som vid fullt utnyttjande ger rätt till 1 700 000 aktier. Teckningskursen uppgår till 106 SEK. Teckning kan ske under perioden 2001-10-01 till 2002-02-15.

Not 25 Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	1999	1998	1999	1998
Upplupna räntor	454	1 240	418	625
Upplupna personalkostnader	14 443	8 428	1 598	659
Styrelsearvode inkl sociala avgifter	319	319	319	319
Provisioner	2 775	2 107	–	–
Lagervärdenedskrivning	–	3 108	–	–
Förfakturerade hyresintäkter	1 059	–	1 059	–
Upplupna avtalskostnader	5 778	–	5 778	–
Övriga poster	8 276	8 550	786	–
Summa	33 104	23 752	9 958	1 603

Not 26 Ställda säkerheter

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	1999	1998	1999	1998
FÖR EGNA AVSÄTTNINGAR OCH SKULDER				
Avseende skuld till leverantör				
Företagsinteckningar	500	–	–	–
Avseende skuld till kreditinstitut				
Företagsinteckningar	–	20 000	–	–
Bankgaranti				
Företagsinteckningar	–	7 000	–	–
Summa	500	27 000	–	–

Not 27 Ansvarsförbindelser

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	1999	1998	1999	1998
Borgensförbindelser	6 150	17 294	6 150	17 294
Summa ansvarsförbindelser	6 150	17 294	6 150	17 294

Not 28 Avyttring av dotterbolag

	1999
Materiella anläggningstillgångar	8 954
Finansiella anläggningstillgångar	–
Varulager	17 420
Kundfordringar	70 650
Övriga kortfristiga fordringar	2 105
Likvida medel	9 135
Långfristiga skulder	–26 000
Leverantörsskulder	–52 413
Övriga kortfristiga skulder	–13 100
Summa såld substans	16 751
Avyttrad koncerngoodwill	10 527
Latent skatt	6 000
Reavinst	16 028
	49 306

Vid upprättande av koncernredovisningen har systemverk-
samheten för tiden fram till försäljningen inte intagits i kon-
cernresultaträkningen. Realisationsvinsten uppgår netto till
16 MSEK.

Not 29 Förvärv av dotterbolag

	ID	Veriterna
	1999	1999
Immateriella anläggningstillgångar	625	718
Materiella anläggningstillgångar	394	–
Finansiella anläggningstillgångar	116	–
Kundfordringar	4 195	11 187
Övriga kortfristiga fordringar	620	1 552
Likvida medel	894	6 832
Långfristiga skulder	–654	–1 220
Leverantörsskulder	–326	–914
Övriga kortfristiga skulder	–1 751	–14 282
Summa såld substans	4 113	3 873
Förväntad koncerngoodwill	55 645	130 902
Latent skatt	–	–236
Nyemission med apport	–25 220	–132 822
Utbetald köpeskilling/ förvärvskostnader	34 538	1 717
Likvida medel i förvärvat bolag	–895	–6 832
	33 643	–5 115

Stockholm den 16 mars 2000

Lars Irstad
Styrelseordförande

Göran Wågström

Lars Carlqvist

Fritz Staffas

Anders Jonsson

Dag Forsén

Vår revisionsberättelse har avgivits den 16 mars 2000.
ERNST & YOUNG AB

Lars Träff
Auktoriserad revisor

REVISIONSBERÄTTELSE

Till bolagsstämman i Information Highway AB (publ)
Org.nr 556482-5833

Vi har granskat årsredovisningen, koncernredovisningen och bokföringen samt styrelsens och verkställande direktörens förvaltning i Information Highway AB (publ) för räkenskapsåret 1999. Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för räkenskapshandlingarna och förvaltningen. Vårt ansvar är att uttala oss om årsredovisningen, koncernredovisningen och förvaltningen på grundval av vår revision.

Revisionen har utförts i enlighet med god revisionssed i Sverige. Det innebär att vi planerat och genomfört revisionen för att i rimlig grad försäkra oss om att årsredovisningen och koncernredovisningen inte innehåller väsentliga fel. En revision innefattar att granska ett urval av underlagen för belopp och annan information i räkenskapshandlingarna. I en revision ingår också att pröva redovisningsprinciperna och styrelsens och verkställande direktörens tillämpning av dem samt att bedöma den samlade informationen i årsredovisningen och koncernredovisningen. Som underlag för vårt uttalande om ansvarsfrihet

har vi granskat väsentliga beslut, åtgärder och förhållanden i bolaget för att kunna bedöma om någon styrelseledamot eller verkställande direktören är ersättningsskyldig mot bolaget. Vi har även granskat om någon styrelseledamot eller verkställande direktören på annat sätt har handlat i strid med aktiebolagslagen, årsredovisningslagen eller bolagsordningen. Vi anser att vår revision ger oss rimlig grund för våra uttalanden nedan.

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

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

Stockholm den 16 mars 2000

ERNST & YOUNG AB

Lars Träff
Auktoriserad revisor

INFORMATION HIGHWAY PÅ BÖRSEN

Aktiekapital

Aktiekapitalet i Information Highway uppgår före den föreslagna nyemissionen enligt detta prospekt till 4 253 539 SEK med ett nominellt värde om 0,10 SEK per aktie. Aktierna har lika rätt till andel i Bolagets tillgångar och vinst. Varje aktie berättigar till (1) en röst. Förestående nyemission kommer, om den tecknas fullt ut, att öka aktiekapitalet

med 1063 384,70 SEK, fördelat på 10 633 847 aktier. Aktiekapitalet kommer efter nyemissionen att uppgå till högst 5 316 923,70 SEK fördelat på högst 53 169 237 aktier. Vid beaktande av emissioner i samband med förvärv av Netmill, BMR och Pyramid (vilka ej berättigar till deltagande i nyemissionen) uppgår aktiekapitalet till 5 594 354,70 SEK fördelat på 55 943 547 aktier.

		Ökning av antal aktier	Totalt antal aktier	Ökning av aktie- kapitalet SEK	Totalt aktie- kapital SEK	Aktiens nominella belopp, SEK
1994	Bolaget grundas	0	500	50 000	50 000	100
1994	Nyemission	520	1 020	52 000	102 000	100
1995	Nyemission	340	1 360	34 000	136 000	100
1996	Fondemission 4:1	0	1 360	544 000	680 000	500
1996	Nyemission ¹⁾	740	2 100	370 000	1 050 000	500
1996	Split 500:1	1 047 900	1 050 000	0	1 050 000	1
1996	Fondemission 1:1	1 050 000	2 100 000	1 050 000	2 100 000	1
1996	Apportemission ²⁾	180 000	2 280 000	180 000	2 280 000	1
1997	Apportemission ³⁾	55 000	2 335 000	55 000	2 335 000	1
1997	Nyemission ⁴⁾	875 000	3 210 000	875 000	3 210 000	1
1997	Apportemission ⁵⁾	5 000	3 215 000	5 000	3 215 000	1
1997	Apportemission ⁶⁾	20 000	3 235 000	20 000	3 235 000	1
1997	Apportemission ⁷⁾	10 000	3 245 000	10 000	3 245 000	1
1997	Apportemission ⁸⁾	18 750	3 263 750	18 750	3 263 750	1
1998	Apportemission ⁹⁾	32 000	3 295 750	32 000	3 295 750	1
1998	Apportemission ¹⁰⁾	24 000	3 319 750	24 000	3 319 750	1

- 1) Nyemission tecknad av institutioner, företrädesvis fondbolag och försäkringsbolag samt allmänhet till emissionskurs om 27 000 sek per aktie.
- 2) Apportemission riktad till säljare av PM Invest till emissionskurs om 29 SEK per aktie.
- 3) Apportemission riktad till säljare av XMS till emissionskurs om 80 SEK per aktie.
- 4) Nyemission tecknad av allmänhet och institutioner till emissionskurs om 80 SEK per aktie.
- 5) Apportemission riktad till säljare av Planet Scandinavia till emissionskurs om 80 SEK per aktie.
- 6) Apportemission riktad till säljare av CultCom till emissionskurs om 79 SEK per aktie.
- 7) Apportemission riktad till säljare av Strateg Communication till emissionskurs om 75 SEK per aktie.
- 8) Apportemission riktad till säljare av Next till emissionskurs om 75 SEK per aktie.
- 9) Apportemission riktad till säljare av AbriCom till emissionskurs om 80 SEK per aktie.
- 10) Apportemission riktad till IGiS till emissionskurs om 125 SEK per aktie.

		Ökning av antal aktier	Totalt antal aktier	Ökning av aktie- kapitalet SEK	Totalt aktie- kapital SEK	Aktiens nominella belopp, SEK
1998	Apportemission ¹¹⁾	22 000	3 341 750	22 000	3 341 750	1
1998	Apportemission ¹²⁾	70 000	3 411 750	70 000	3 411 750	1
1999	Apportemission ¹³⁾	200 000	3 611 750	200 000	3 611 750	1
2000	Apportemission ¹⁴⁾	549 986	4 161 736	549 986	4 161 736	1
2000	Apportemission ¹⁵⁾	91 803	4 253 539	91 803	4 253 539	1
2000	Split 10:1	38 281 851	42 535 390	0	4 253 539	0,10

11) Apportemission riktad till säljare av DexpertGruppen till emissionskurs om 150 SEK per aktie.

12) Apportemission riktad till säljare av LiGa till emissionskurs om 150 SEK per aktie.

13) Apportemission riktad till säljare av Interaction Design till emissionskurs om 150 SEK per aktie.

14) Apportemission riktad till säljare av Veritema till emissionskurs om 242 SEK per aktie.

15) Apportemission riktad till säljare av ELK till emissionskurs om 506 SEK per aktie.

Aktiekapitalets utveckling efter förestående företrädesrättsemission och beslutade, ej registrerade apportemissioner

		Ökning av antal aktier	Totalt antal aktier	Ökning av aktie- kapitalet SEK	Totalt aktie- kapital SEK	Aktiens nominella belopp, SEK
2000	Nyemission	10 633 847	53 169 237	1 063 384,70	5 316 923,70	0,10
2000	Apportemission ¹⁶⁾	1 903 250	55 072 487	190 325,00	5 507 248,70	0,10
2000	Apportemission ¹⁷⁾	114 810	55 187 297	11 481,00	5 518 729,70	0,10
2000	Apportemission ¹⁸⁾	756 250	55 943 547	75 625,00	5 594 354,70	0,10

16) Apportemission riktad till säljare av Netmill.

17) Apportemission riktad till säljare av BMR.

18) Apportemission riktad till säljare av Pyramid.

Personalincitamentsprogram

Information Highway har riktat fem incitamentsprogram till personalen. Vid full teckning kommer 5 450 000 nya aktier att emitteras i Bolaget.

Program	Antal aktier	Teckningstidpunkt	Lösen-/ konverteringstid	Lösen-/ konverteringskurs
Konvertibelprogram ¹⁾	1 700 000	1997	000531-020531	10,50
Optionsprogram ¹⁾	1 700 000	1998	010701-020215	25,00
Optionsprogram ¹⁾	1 700 000	1999	011001-020215	10,60
Optionsprogram ^{1), 2)}	250 000	2000	011201-020215	20,00
Optionsprogram ^{1), 2)}	100 000	2000	011201-020215	20,00

1) I enlighet med villkoren för konvertibel- och teckningsoptionsprogrammen ska konverteringskursen räknas om i det fall Bolaget genomför en nyemission med företrädesrätt för aktieägarna. Denna omräkning baseras på den genomsnittliga aktiekursen under teckningstiden för nyemissionen, varför omräkning av villkoren inte kan ske före den 1 mars 2000.

2) På extra bolagsstämma den 10 januari beslutades om att erbjuda ett antal medarbetare möjlighet att förvärva teckningsoptioner. Någon teckning i dessa två optionsprogram hade dock ej skett per den 31 januari 2000.

Kursutveckling

Information Highways aktier är noterade på OM Stockholmsbörsens O-lista sedan 19 juni 1997. Aktiekursen har under perioden pendlat mellan som lägst 58 SEK under

januari 1999 till som högst 1 410 SEK i december 1999. Beloppen anges före genomförd split i januari 2000.



INFORMATION
HIGHWAY

STYRELSE

LARS IRSTAD, Född 1934

Styrelseordförande

Invald i styrelsen 1996

VD och grundare av Programator 1962–1991.

Övriga styrelseuppdrag: G2 Solutions AB, IMS AB, IT
Provider Advisor AB, OM Gruppen AB, OM Technology
AB, SAS Data AB
Aktieinnehav: 0

LARS CARLQVIST, född 1946

Styrelseledamot

Invald i styrelsen 1997

VD i Veritema AB.

Övriga styrelseuppdrag: Benefit AB, G2 Solution AB, IT
Provider Advisor AB
Aktieinnehav: 371 730

DAG FORSÉN, född 1962

Ansvarig för Business Development

Invald i styrelsen 1999

Anställd sedan 1997

Aktieinnehav: 60 000

Optioner: 50 000

ANDERS JONSSON, född 1953

Styrelseledamot

Invald i styrelsen 1999

Övriga styrelseuppdrag: Callus Systems AB,
SweMac Sport AB, Wolber Kontor AB
Aktieinnehav: 8 750

FRITZ STAFFAS, född 1933

Styrelseledamot

Invald i styrelsen 1997

Övriga styrelseuppdrag: Malå Geoscience AB, Ortivus AB,
Rosendals Bygg & Installations AB, Statliga Akademiska
Hus AB, Statliga Akademiska Hus i Stockholm AB
Aktieinnehav: 7 500

GÖRAN WÄGSTRÖM, född 1954

VD och Koncernchef

Invald i styrelsen 1999

Övriga styrelseuppdrag: Corus Technology AB,
IT Provider Advisor AB, MultiQ AB,
OM Technology AB
Anställd sedan 1999
Aktieinnehav: 0
Optioner: 80 000

KONCERNLEDNING

GÖRAN WÄGSTRÖM, född 1954

VD och Koncernchef

Se ”Styrelse”.

DAG FORSÉN, född 1962

Ansvarig för Business Development

Se ”Styrelse”.

SUNE HOLM, född 1955

Marketing and Sales

Anställd sedan 1999

Aktieinnehav: 0

Optioner: 100 000

ULF KARNELL, född 1967

Informationschef

Anställd sedan 1997

Aktieinnehav: 40 020

Konvertibler: 2 000

KATARINA NYBERG, född 1959

Finanschef

Anställd sedan 1998

Aktieinnehav: 1 373

Optioner: 50 000

ULF PETTERSSON, född 1960

VD i Information Highway Sverige AB

Anställd sedan 1999

Aktieinnehav: 13 125

Optioner: 105 000

GÖRAN WESTBERG, född 1956

Human Resources

Anställd sedan 1999

Aktieinnehav: 0

Optioner: 100 000

REVISORER

Ernst & Young AB

Huvudansvarig:

LARS TRÄFF, född 1954.

Auktoriserad revisor, Revisor i
Information Highway sedan 1999.



A safe ride to the new economy

INNEHÅLL

Mission	1
Affärsidé	3
Vision	5
Position	7
Information Highway i korthet	8
VDs kommentar	13
Marknad	16
Mål och strategier	18
Värdeskapande	20
Vision Builder	24
Cases	26–35
ABB	26
Fondex	28
KK-stiftelsen	30
Scandinavian Airlines	32
Strålfors	34
Styrelse	36
Koncernledning	38
Ordlista	40



MISSION

Information Highways mission är att hjälpa kunderna att ta tillvara affärsmöjligheterna i den nya nätverksekonomin.



AFFÄRSIDÉ

Vår affärsidé är att stärka våra
kunders konkurrenskraft och
förbättra deras lönsamhet genom
att leverera integrerade lösningar
präglade av djup affärs- och bransch-
kunskap, högteknologisk kompetens
och ett omfattande kunnande inom
marknadsföring och design.

Vi kombinerar innovativa lösningar
med kvalitetssäkrade processer.



VISION

Vi vill bli erkända som en ledande europeisk partner för de bästa kunderna och den bästa arbetskraften.



POSITION

Information Highways position på marknaden bygger på en djup förståelse och förmåga att hjälpa både större företag och nystartade företag. Vi kan säkerställa stora helhetslösningar, vare sig det gäller "business-to-business" eller "business-to-consumer".

Vi utvecklas med våra kunder

Information Highway grundades 1994 och idag arbetar 600 personer inom våra Practice Areas; Business-, Interactive- och Technology Consulting, på tio orter i Sverige samt i Norge, Danmark, Finland och England. Vi är idag den ledande internetkonsulten inom strategi, management och teknik i Skandinavien. Vi har nått målet genom vår internationaliseringsstrategi samt genom vår förvärvsstrategi.

Vår ambition är att växa med fortsatt god lönsamhet och hög kvalitet.

HISTORIK

1994. Information Highway grundades. Verksamheten var inriktad på att marknadsföra och sälja datorprodukter och integrerade datasystem. Efter första året hade Information Highway sex anställda. Omsättningen var cirka 16 MSEK.

1995. Verksamheten breddades till att även omfatta kvalificerade konsulttjänster som komplement till produktförsäljningen. Vid utgången av året uppgick omsättningen till cirka 81 MSEK och antalet anställda uppgick till 22 personer.

1996. Bolaget fortsatte expandera inom produktförsäljning och konsultverksamhet. Produktsortimentet breddades genom nya avtal med ett flertal kända leverantörer. Antalet anställda inom produktförsäljningen ökade från 12 till 22 personer. Konsultdelen växte såväl organiskt som genom förvärv. Omsättningen uppgick till cirka 150 MSEK och antalet anställda uppgick vid årets slut till 82 personer.

1997. Sex mindre bolag förvärvades av konsultdelen och ett inom produktförsäljning.

Information Highway noterades den 19 juni på Stockholms Fondbörs O-lista. Antalet anställda uppgick vid årets slut till 187 personer. Omsättningen ökade till cirka 326 MSEK.

1998. Inom produktförsäljning förvärvades två mindre bolag. På konsultsidan etablerades den första utländska verksamheten i och med förvärvet av Info Expert AS i Norge. Antalet anställda vid årets slut uppgick till 164 personer inom konsultverksamheten och 54 personer inom övrig verksamhet. Omsättningen uppgick till cirka 455 MSEK. Bolaget visade ett negativt rörelseresultat om cirka 67 MSEK till följd av bland annat engångsnedskrivningar av lager och goodwill samt personalavvecklingskostnader i samband med personalreduktion inom produktförsäljning.

1999. Göran Wågström tillträdde som ny koncernchef i januari, varvid ny koncernledning utsågs. Den nya ledningen beslutade att renodla verksamheten mot konsulttjänster. Information Highway Systems AB och Information Highway Systems Södra AB avyttrades till norska Merkantildata i juni. Information Highway har under 1999 genomfört sex förvärv: Interaction Design och BMR i Norge, Veritema och Pyramid i Sverige, Netmill i Finland och rörelsen i ELK i Danmark. Utöver förvärven har nya kontor etablerats i Köpenhamn, Linköping, Umeå och Cambridge.

2000. Planerat samgående med Connecta AB offentliggörs i februari.

LÅNGSIKTIGA, STRATEGISKA KUNDRELATIONER

Information Highway har en kundbas på cirka 350 företag. Våra kunder är såväl större väletablerade företag och organisationer, som mindre och nyetablerade verksamheter. Till våra största kunder hör ABB, ATG, Ericsson, SAS och SMART. Dessa svarar för cirka en tredjedel av omsättningen. Bland övriga kunder märks Den Danske Bank, Saab, Lufthansa, Shell Finland och Vattenfall.

Faktorer som att uppdragsförhandling allt oftare sker på koncernledningsnivå eller divisionsnivå och att allt fler uppdrag genereras via ramavtal bidrar till att skapa långsiktiga, strategiska kundrelationer. Vi har bland annat ramavtal med ATG, Telia och SAS.

BRANSCHER/KUNDER

Bank och försäkring

Codan, Den Danske Bank, Den norske Bank, Fondex, Länsförsäkringar, MeritaNordbanken, OM, Skandia Liv IT, Sparbanken, Trygg-Hansa, Östgöta Enskilda Bank

Handel

Apoteksbolaget, BiljettDirekt, Falck, Mitsubishi, Nässjötryckeriet, Posten, Stadium, Strålfors

Industri

ABB, AGA, Alfa Laval, Arla, AssiDomän, Avesta Sheffield, Bahco, Nestlé, Nobel Biocare, Oticon, Outokumpu, SAAB, Sandvik, SCA, Shell Finland, Skanska, SSAB, Tetra Pak, Vattenfall

Läkemedel

Apoteksbolaget, AstraZeneca, Locus Medicus

Offentlig förvaltning

Försäkringskassan, Jordbruksverket, KK-stiftelsen, Kriminalvårdsstyrelsen, Luftfartsverket, SMHI, Statens Invandrarverk, Örestadsselskabet

Resor

Lufthansa, SAS, Scandlines, SJ, SMART, Sveriges Rese- och Turistråd

Spel

ATG, Essnet

Telekom

Ericsson, Europolitan, Telia

HELHETSSYN OCH INTEGRERAD PROCESS

Vi stärker våra kunders konkurrenskraft och förbättrar deras lönsamhet genom att leverera integrerade lösningar präglade av djup affärs- och branschkunskap, högteknologisk kompetens samt ett omfattande kunnande inom marknadsföring och design. Vi kombinerar innovativa lösningar med kvalitetssäkrade processer.

Information Highway förenar på ett unikt sätt de kunskaper som krävs för att flytta företaget från en traditionell affärsmodell till en Internetbaserad sådan. Våra tre Practice Areas skapar tillsammans lösningar som stärker våra kunders konkurrenskraft. Detta gör vi genom Vision Builder, vår gemensamma arbetsmetod.

Vision Builder

Vision Builder länkar samman våra tre Practice Areas till en integrerad affärsutvecklingsprocess. Metodiken är en förening av metoder och verktyg från systemering, industridesign och affärsnytta som hjälper våra kunder att bygga och förverkliga sina visioner. Det innebär att all utveckling och alla föreslagna lösningar utgår från kundens affärsstrategi, samt att vi som leverantör kan göra helhetsåtaganden.

Vision Builder används för att inhämta, strukturera och analysera information om våra kunders affärs mål, målmarknader, positionering samt strategisk inriktning. Den tekniska analysen säkerställer att en levererad lösning är en integrerad del av kundens IT-plattform samt att tidigare investeringar i kundens plattform utnyttjas optimalt. Kunden deltar självklart i utvecklingsprocessen och tillsammans med Vision Builder arbetar vi fram den lösning kunden förväntar sig. En lösning som dessutom är användarvänlig. Kortfattat brukar vi säga att

Vision Builder är ett verktyg för spridning och tillämpning av framgångsexempel och en metod för kvalitetssäkring – ett gemensamt och gemensamhetsskapande arbetssätt.

INFORMATION HIGHWAYS

PRACTICE AREAS

Business Consulting

Våra managementkonsulter arbetar med inriktning på verksamhets- och organisationsutveckling. Vi initierar och driver förändringsarbete på högsta nivå hos våra kunder, från införsäljningsarbete till genomförande av projekt. Inom Business Consulting arbetar vi bland annat med; Business Development, Process Development och Change Management.

Interactive Consulting

Verksamheten inom Interactive Consulting bygger på att iscensätta e-kanalslösningar som når de uppställda affärsmålen. Utgångspunkterna är våra kunders identitet och profileringsbehov, interaktiviteten mellan människa och maskin samt kommunikationen mellan kunden och dennes målgrupp. Arbetet handlar bland annat om Brand & Concept, Interaction Design och Communication Design.

Technology Consulting

Konsulterna inom Technology Consulting gör en funktionsduglig verklighet av lösningar och strategier med hjälp av avancerad teknik. De

förenar högt teoretiskt kunnande med en strävan att konkretisera planer och strategier. Technology arbetar bland annat med System Development, System Integration och Security.

CORPORATE CULTURE

Hög tillväxt ställer höga krav på en stark företagskultur. Vi har valt att beskriva vår företagskultur utifrån den uppfattning som vi önskar att nuvarande och potentiella kunder och medarbetare har om oss. Ledord är entusiasm, erfarenhet, affärsorientering, kreativitet, social kompetens, visionära lösningar och kvalitet. Företagskulturen sprids och förmedlas på ett flertal sätt förutom genom den dagliga kontakten mellan medarbetare. De internutbildningar som Information Highway anordnar ska inte bara utveckla kompetens och affärsmannaskap utan också förmedla de värden och ledord som är viktiga i Information Highway samt ge medarbetarna möjlighet att bygga personliga nätverk i företaget. För att stimulera sammanhållning mellan medarbetare anordnas även sociala evenemang kontinuerligt.

I anslutning till nyanställning anordnas en introduktionskurs under två dagar där de nya medarbetarna har möjlighet att träffa koncernledning och representanter från övrig konsultverksamhet. Allt för att förmedla personlig kontakt med övriga medarbetare och för att skapa förståelse för vår strategi, vision och verksamhet.





Kraftig expansion – med full kontroll

Information Highway AB och Connecta AB (www.connecta.se) har beslutat om samgående. Det nya bolaget blir ett av Europas ledande internetkonsultföretag med 1 200 anställda. Målet är att växa till 2 000 anställda innan utgången av år 2000. Samgåendet beräknas vara genomfört i juni 2000.

”Information Highway ska bli en ledande europeisk partner åt de bästa kunderna och den bästa arbetskraften. Vi ska vara 2 000 anställda på åtta marknader innan året är slut.” (Efter samgåendet med Connecta).

Vår vision och våra tillväxtmål ger uttryck för en stark tillförsikt. Jag utgår från att Du känner att vi står på en fast grund när Du tagit del av denna företagspresentation vare sig Du är kund, aktieägare eller medarbetare hos oss.

Ett mycket starkt skäl till att vi uttalar oss med sådan säkerhet är att vi uppfyllt våra tidigare mål, eller till och med överträffat dem. Många företag i den nya ekonomin har högtflygande planer. Vi i Information Highway har valt att lägga all vår kraft på att fullgöra våra åtaganden till kunder och aktie-marknad. Den strategi vi lade i början av 1999 har vi följt till punkt och pricka. Säkerhet och pålitlighet i förening med innovativitet är våra kännetecken och något vi står för. Vi erbjuder våra kunder ”a safe ride to the new economy.” Förutsättningarna för att vi ska lyckas nå våra mål i år är goda. Låt mig punkt för punkt gå igenom hur jag ser på vår situation.

MARKNADEN

Internetmarknaden utvecklas med en svindlande fart. De flesta företag har börjat inse att Internet kommer att förändra deras sätt att göra affärer i väldigt stor utsträckning. Det är svårt att hitta något som inte berörs – dialogen med kunder, marknadsföringen, distribution, administrativa rutiner, inköp, produktutveckling är exempel på aktiviteter som kommer att förändras i grunden. Vidden av förändringen skiljer oss internetkonsulter från traditionella IT- och managementkonsulter. Vi måste kunna kombinera olika kunskaper, som tidigare levererats helt skilda från varandra, i en totalleverans.

Information Highway är idag ett komplett och välpositionerat företag i den bemärkelsen att vi kan leverera hög kompetens inom alla nyckelområden för att hjälpa våra kunder att bli framgångsrika i den nya nätverksekonomin:

- ☐ Vi har idag en av de största internetorienterade managementkonsultenheterna på den europeiska marknaden. De flesta av våra managementkonsulter har en lång erfarenhet inom strategi- och förändringsorienterade projekt.
- ☐ Information Highway har alltid haft en stor tekniktyngd och är idag ledande inom alla dominerande internetteknologier. Genom förvärvet av finska Netmill tillfördes vi också ett av Skandinavien ledande internetföretag inom Linux. Detta är mycket viktigt då många företag för närvarande överväger att implementera linuxbaserade lösningar.
- ☐ På den interaktiva sidan togs ett stort steg framåt i slutet av 1999 med förvärvet av Pyramid, en av de absolut ledande skandinaviska marknadskommunikationsbyråerna inom Business-to-Business. Pyramid kommer att utgöra Information Highways internationella kompetenscentrum för marknadskommunikation på Internet.

Därmed har vi idag ett komplett kunskapspaket inom webbdesign, industridesign, marknadskommunikation och varumärkesfrågor. De allra flesta kundprojekt som idag bedrivs innehåller samtliga eller flera av dessa kompetensområden. Från denna starka plattform har vi alla förutsättningar att utvecklas till ett av de ledande europeiska internetkonsultföretagen.

PROCESSPERSPEKTIV

Nu kanske någon invänder att det inte räcker med kompetensen. De individer som bär på den måste samverka i projekten för att realisera kundens mål. Arbetsmetoder, kvalitetssäkring och värdegemenskap blir avgörande för att säkerställa kundernas resultatförväntningar. Information Highway har idag arbetsmetoder och kvalitetssäkringssystem som innebär att vi har stor förmåga och erfarenhet att kombinera all nödvändig kunskap för att motsvara kundernas förväntningar.

KUNDPERSPEKTIV

Vi eftersträvar partnerskap med våra kunder. Det ska genomsyra vårt förhållningssätt till dem. En undersökning från hösten 1999 visade att samtliga tillfrågade kunder var nöjda med oss. Vi har velat presentera oss och ett par viktiga kunder i den här företagspresentationen. På sidorna 26–35 hittar du fem exempel som ger en konkret beskrivning av vår verksamhet. Vi har valt ut just dessa av flera skäl:

- ☐ De visar alla på vidden av den omvandling av industri och servicenäringar som Internet leder till.
- ☐ De ger en bra bild av bredden och djupet av vår kompetens.
- ☐ De visar hur viktigt det är med kvalificerade och kompetenta kunder som beställare.

Här följer en kort sammanfattning av uppdragen:

- ☐ IT-Supplies – ett affärsområde inom Strålfors-koncernen – är en ledande leverantör av datortillbehör i Norden med ambitionen att ha marknadens effektivaste varu- och informationsflöde. I Tradelit kan kunderna lägga sina beställningar rakt ner i Strålfors system via Internet. Uppbyggnaden av Tradelit på Internet är ett stort steg i Strålfors strävan att bli ännu bättre inom området informationsöverföring. Lösningen som Information Highway utvecklade för IT-Supplies är en typisk så kallad business-to business-applikation och visar på vår förmåga att översätta kundens affärsmässiga mål till en konkret lösning.
- ☐ Åt Fondex gjorde vi en business-to-consumer lösning som visar att vår styrka inte bara är att hjälpa etablerade företag att göra om sina traditionella affärsmodeller utan också att hjälpa helt nya företag som inte existerat utan Internet.
- ☐ Med Scandinavian Airlines (SAS) har vi samarbetat för att ta fram en lösning som möjliggör en utveckling av betalningssätt oberoende av elektroniska kanaler.
- ☐ Vårt uppdrag för KK-stiftelsen handlar om Knowledge Management, eller kunskapshantering. Inom ramen för det projektet använder vi programvaran Autonomy för att skapa personliga profiler åt användarna. Med profilerna som verktyg underlättas kunskapsinhämtningen och erfarenhetsspridningen väsentligt.
- ☐ ABB visar på hur vi gift ihop vårt industriella kunnande med state-of-the-art inom WAP – det vill säga mobil kommunikation.

MEDARBETARPERSPEKTIV

Vår konkurrenskraft är beroende av vår förmåga att behålla och rekrytera professionella medarbetare. Här tycker jag att det finns anledning att känna stark tillförsikt. Bolaget bildades 1994 och hade vid slutet av året 6 anställda. Idag är vi 600 medarbetare (före samgåendet med Connecta). Vi har vuxit både organiskt och genom förvärv. De flesta av oss är välutbildade och har lång bransch erfarenhet – cirka 80 procent av personalen har akademisk examen. Genomsnittsåldern är drygt 30 år och den genomsnittliga erfarenheten i branschen cirka sex år.

Men siffror säger inte allt – Information Highway-andan betyder mer, även om den är svårare att fånga. Alla som arbetar på Information Highway har en informell överenskommelse med företaget:

Om vi allihop utvecklar vår kompetens, använder och delar med oss av den för att utveckla våra affärer och agerar i enlighet med vår kultur, så ser företaget till att arbetsuppgifterna är utmanande, stöttar de anställda i deras utveckling, belönar dem för deras insatser och ser dem som partners.

FINANSIELLT PERSPEKTIV

Vår finansiella ställning är mycket stark. Vår aktie är ett attraktivt betalningsmedel. De finansiella förutsättningarna för den fortsatta expansionen är mycket goda.

FÖRVÄRVSSTRATEGI

Under det första halvåret 1999 utformade vi en ny strategi och lade stor kraft vid att utarbeta processer och strukturer för att kunna hantera en mycket hög tillväxttakt, såväl nationellt som internationellt. Våra grundläggande kriterier vid alla förvärv är att förvärvet ska komplettera och stärka oss kompetensmässigt samt att de nya medarbetarna ska bidra positivt till vår företagskultur. Vid etablering på en ny marknad är det första förvärvet extra viktigt då det ska utgöra grunden för en vidare expansion och vi lägger därmed extra stor kraft vid identifiering av sådana förvärvsobjekt. Strategin vid inträde på nya marknader är att omgående få ett starkt fotfäste för att snabbt införskaffa en stor kundbas och etablera ett starkt varumärke lokalt.

TILLVÄXTMÅLEN

Som jag ser det är förutsättningarna för fortsatt expansion goda. Internetmarknaden i Sverige är idag troligen den mest utvecklade i Europa och i paritet med den i USA. Det har lett till att Information Highway och andra svenska internetföretag som varit pionjärer i Europa har skaffat sig ett betydande försprång på den europeiska marknaden.

Närmast i prioritet, förutom fortsatt tillväxt i Norden, är att öka närvaron i Storbritannien och genomföra en etablering i Tyskland. Därefter ska vi etablera oss på ytterligare två till fyra nya marknader under 2000. Information Highway har rätt struktur och strategi för att fortsätta upprätthålla en mycket hög och framgångsrik tillväxt.

BÄTTRE INFORMATION

Som jag sade inledningsvis har vi lagt all vår kraft på att uppfylla våra löften till kunder och aktieägare. I år ska vi anstränga oss mer att tala om vad vi gör, vad vi står för och hur det går för oss. Som ett led i den ansträngningen lanserar vi i vår en ny publik webbplats, bland annat med förbättrad finansiell information (www.ih.com) dit ni är välkomna. Vår avsikt är att göra webbplatsen till vår huvudsakliga kanal för kommunikation med kapitalmarknaden.

Stockholm i mars 2000



Göran Wågström
VD och Koncernchef

Nära integration med kunder och leverantörer

Marknaden för IT- och internetrelaterade tjänster har under det senaste decenniet vuxit kraftigt. En av de viktigaste drivkrafterna har varit att ny teknologi möjliggör en nära integration med kunder och leverantörer samt interna rationaliseringar i administration. Idag kan information processas, skapas, lagras och spridas betydligt snabbare och lättare än tidigare. Vidare har möjligheterna att skapa effektiva beslutsstödsystem och informations- och marknadsföringskanaler varit viktiga faktorer.

Internet- och IT-konsultmarknaden har haft högst tillväxt i USA och norra Europa, där hög PC-användning och hög adaptionsnivå avseende nya teknologier bland företag och konsumenter borgar för stora kundbaser. Genom att tillämpningarna blivit alltmer affärskritiska har dock behovet av helhetslösningar, som även inkluderar affärskunskap, teknik och interaktionsdesign, ökat. De marknadsaktörer som har kompetens inom dessa områden är internetkonsulter, IT-konsulter, managementkonsulter och reklam- och designbyråer. Få företag har idag kompetens och erfarenhet inom samtliga kompetensområden. Nedan presenteras de trender som enligt Information Highway är viktiga vid bedömning av framtida marknadsutveckling.

ÖKAD INTERNETANVÄNDNING

Internetmognaden varierar kraftigt mellan olika länder och regioner. I Europa är internetmognaden högst i de nordiska länderna. Finland och Sverige hade, enligt International Data Corporation ("IDC"), 1998 cirka 30 procents internetpenetration följda av Danmark och Norge på cirka 20–25 procent. År 2000 överstiger internetpenetrationen 50 procent i såväl Sverige

som Finland. Länderna vid Medelhavet har lägst internetpenetration i Västeuropa. Internetanvändningen i Norden såväl som i övriga världen ökar i snabb takt. Enligt IDC förväntas antalet internetanvändare i världen öka från 98 miljoner 1998 till 320 miljoner 2002. Acceptansen av Internet har även drivit användningen av intranät och extranät.

ÖKAD ELEKTRONISK HANDEL

Elektronisk handel eller handel med varor och tjänster över Internet är ett medel för att effektivisera kontakten mellan leverantörer och slutkonsumenter. I takt med att interaktiviteten och säkerheten förbättrats över Internet har förutsättningarna för handel över Internet ökat. Företag väljer även i ökad utsträckning att basera affärsmodellerna på Internet. Tidiga exempel var Amazon.com, E*Trade och eToys. Exempel på företag som i hög utsträckning har anpassat sina affärsmodeller till Internet är Cisco och Dell.

Enligt IDC förväntas e-handeln öka från USD 32 miljarder 1998 till USD 426 miljarder 2002. I Sverige uppgick marknaden för e-handel till USD 261 miljoner under 1998 enligt IDC. Exempel på drivkrafter bakom tillväxten är tillgång till geografiskt större marknader, förbättrade kundrelationer och lägre transaktionskostnader.

Enligt IDC är försäljningen av insatsvaror Business-to-Business det segment som väntas växa snabbast på grund av stora skalfördelar av att använda Internet vid upprepade standardiserade transaktioner. Den ackumulerade försäljningstillväxten 1998–2002 bedöms av IDC uppgå till 155 procent vid försäljning av insatsvaror Business-to-Business.

UTVECKLING AV FLER ELEKTRONISKA KANALER

I framtiden förväntas Internet kompletteras av ytterligare kanaler för företag som kostnadseffektivt söker direktkontakt med stora mängder slutkunder. En stor del av utvecklingen av Internet är inriktad på att rationalisera externa affärsprocesser. Kunddialogen är bara ett av flera intressanta områden som kan effektiviseras. Nya affärslösningar skapas idag för elektroniska kanaler som Internet, intranät, digital TV och trådlös Internet (WAP) via till exempel mobiltelefon eller handdator (PDA).

GLOBALISERING

Under det senaste decenniet har världshandeln ökat väsentligt. Denna utveckling har bland annat drivits på av avregleringar inom flera områden, minskade importrestriktioner och IT-utvecklingen. Därutöver har många företag etablerat verksamhet i andra länder organiskt och genom företagsförvärv. Idag erbjuds produkter inom flertalet branscher på en global marknadsplats med internationell konkurrens, också av relativt små företag. Detta har återverkningar på såväl traditionella och nya företags affärsmodeller.

INTERNETBASERADE AFFÄRSMODELLER

Internets genomslagskraft innebär att många etablerade företag med traditionella affärsmodeller tvingas utvärdera verksamheten och besluta hur de ska förhålla sig till Internet i verksamheten. För att lyckas implementera en ny framgångsrik internetbaserad affärsmodell krävs en kombination av erfarenhet, strategisk, beteendevetenskaplig och teknisk kompetens. Ofta anlitar företag extern kompetens för att analysera och genomföra detta arbete. En begränsad mängd företag i världen har idag tillräcklig erfarenhet och kompetens inom samtliga tre kompetensområden.

Företags efterfrågan avseende internetrelaterade tjänster utvecklas i takt med att marknaden där de är verksamma uppvisar större internetmognad. På marknader med högst internetvana efterfrågar företag kvalificerade internetlösningar som kräver kunskap inom affärsutveckling, senaste teknik och interaktionsdesign.

Flertalet internetleverantörer arbetar idag endast inom begränsande områden, oftast inom marknadskommunikation. Vi har istället byggt ett företag som har förmågan att göra helhetsåtaganden och tillsammans med kunder driva omfattande förändringsprojekt, med fokus på att bygga nya internetbaserade affärs- och arbetsmodeller. Endast ett begränsat antal bolag i världen har motsvarigheten till vår kompetensmix inom Internet.

Vi har erfarenhet av stora förändringsprojekt och kunskap om bland annat försäljning och marknadsföring, logistik, inköp, kunskaps- hantering och hur dessa affärsprocesser kan effektiviseras med hjälp av Internet. Vi levererar rätt stödsystem, både de kreativa och de tekniska plattformarna, för ett internetbaserat arbets- sätt och är en av de största aktörerna på den nordiska internetmarknaden. De nordiska länderna utgör, tillsammans med USA, de mest internetmogna marknaderna i världen.

Vår spetskompetens utgör en språngbräda för internationell expansion. Genom egenutvecklade arbetsmetoder och koncept kan snabbt upparbetad kompetens överföras till de för närvarande mindre internetmogna marknaderna när efterfrågan där tar fart.



Mål och verksamhetsstyrning

Sedan början av 1999 har vi på Information Highway successivt implementerat ett Balance Scorecard-system för att styra och utveckla verksamheten. Verksamheten har delats upp med avseende på finansiellt perspektiv, kundperspektiv, processperspektiv, innovationsperspektiv samt medarbetarperspektiv. För varje perspektiv har framtida strategiska målpositioner, som gör att visionen uppfylls, identifierats. Kritiska framgångsfaktorer för att nå uppsatta målpositioner har definierats och ett antal konkreta och mätbara mål har uppställts för varje framgångsfaktor. Vår verksamhet styrs i det korta och medellånga tidsperspektivet genom att utvecklingen mot målen regelbundet mäts. Målen bröts ned och implementerades för samtliga marknader 1999, vilket medför att hela vår verksamhet arbetar mot likartade och konsistenta mål. För vissa delar av verksamheten sker detta inte förrän under innevarande år.

MÅL

Våra övergripande mål för 2000 exemplifieras av:

- ☐ Att vara minst 2 000 anställda på åtta marknader innan året är slut (efter samgåendet med Connecta).
- ☐ En kundtillfredsställelse om fyra eller fem på en femgradig skala.
- ☐ Minst 80 procent av medarbetarna i förvärvade bolag ska efter tre månader uppleva att de är en integrerad del av Information Highway.
- ☐ Etablering inom minst tre nya kompetensområden.
- ☐ Personalomsättning om högst 5 procent.

Ett långsiktigt mål är att:

- ☐ Rörelsemarginalen före goodwillavskrivningar ska uppgå till minst 10 procent.

EXEMPEL PÅ MÅLPOSITIONER OCH KRITISKA FRAMGÅNGSFAKTORER INOM RESPEKTIVE PERSPEKTIV:

Finansiellt perspektiv

Vi ska uppnå en hög tillväxt och uppvisa god lönsamhet. Exempel på viktiga framgångskriterier är värdeskapande, god affärskontroll av projekt och låga fasta kostnader.

Kundperspektiv

Vi ska genom vårt starka varumärke uppfattas som en ledande europeisk internetkonsult med djup teknisk kompetens och affärskunskap. Nöjda kunder erhålls genom att Information Highways konsulter präglas av hög verksamhetskunskap, god kvalitet och snabbhet.

Processperspektiv

Information Highway ska arbeta i nätverk och bygga strukturkapital. Detta ska bland annat illustreras i att anställda kan dra fördelar av att använda internt uppbyggd kunskap. Förvärv ska integreras snabbt och effektivt.

Innovationsperspektiv

På Information Highway ska nya metoder, tekniker och produkter snabbt utprovas. Personalen ska verka för ett kontinuerligt lärande och bidra med kreativitet. Exempel på viktiga framgångskriterier är aktivt deltagande i olika kompetensnätverk (exempelvis WAP Forum), en väl-etablerad process för omvärldsbevakning samt avsättning av såväl tid som finansiella medel för affärs- och tjänsteutveckling.

Medarbetarperspektiv

På Information Highway ska anställda trivas och känna sig delaktiga i vår utveckling. Viktiga framgångskriterier är låg personalomsättning och kontinuerlig utbildning.



Så säkerställer vi värdebygget för kunder och aktieägare

Värde skapas alltid i företag genom att de resurser/tillgångar företaget disponerar inriktas mot affärsmålen och omsätts i praktisk samverkan i enlighet med strategierna.

Vilka som är de affärskritiska tillgångarna har i hög grad förändrats under senare år. Tjänsteföretag och i synnerhet konsultföretag inom den nya informationsbaserade ekonomin skapar värde i huvudsak genom att omsätta sina immateriella tillgångar. Ökad efterfrågan innebär också att dessa tillgångsslag är allt knappare; humankapital till exempel, som idag är långt svårare att säkerställa än finanskapital.

De immateriella tillgångarna är också i allt högre grad det som bedöms, när företaget och dess långsiktiga intjäningsförmåga värderas av kapitalmarknaden.

Strukturkapitalet, medarbetarna och kundkapitalet är de centrala värdeskapande resurserna i ett konsultföretag.

STRUKTURKAPITALET

För kunskapsföretag som Information Highway är det nödvändigt att ta till vara, systematisera och förädla befintlig kompetens inom företaget samt löpande bygga den kollektiva kunskapen. Att ha en stark gemensam kunskapsplattform är särskilt viktigt i ett snabbväxande företag.

Strukturkapitalet är av allt större betydelse i kunskapsföretag. Inte minst på grund av att det är så hård konkurrens om skickliga medarbetare är det av stor vikt att hitta en bra balans mellan humankapitalbaserad och strukturkapitalbaserad intjäning. Det senare innebär att kundlösningar i allt högre grad kan baseras på tidigare gjorda, systematiserade erfarenheter och mer eller mindre standardiserade lösningskompo-

nenter, utan att den enskilda kundlösningen därför förlorar sin uniktet.

Vi gör löpande stora ansträngningar för att stärka strukturkapitalet i Information Highway. Detta sker på integrerad nivå, likaväl som i våra tre Practice areas – Business Consulting, Interactive Consulting och Technology Consulting – som var och en har specialkompetenser som måste säkerställas ur ett strukturkapitalperspektiv.

Vision Builder

Vision Builder är vårt främsta instrument att systematiskt beskriva, genomföra och stödja affärsutvecklingsprocesser för våra kunders räkning i ett helhetsperspektiv. Metoden länkar samman kompetens från företagets samtliga Practice Areas i en integrerad utvecklingsprocess och förenar olika verktyg från affärsmodellering, industridesign och systemering. Avsikten är att Vision Builder ska säkra kvalitet avseende såväl process som produkt. För våra kunder innebär Vision Builder att utveckling och lösningar förankras i kundernas affärsbehov, att kvalitet säkerställs och processen blir tidseffektiv. Läs mera om Vision Builder på sid 24.

Highway One

Under tredje kvartalet 1999 tog vi ett nytt intranät i bruk med namnet Highway One. Intranätet har tagits fram för att våra anställda i större utsträckning ska kunna nyttja gemensamma metoder, utbyta erfarenhet med kollegor samt genomföra avancerade informationssökningar. Här finns bland annat en kvalificerad löpande omvärldsbevakning inom områden som vi identifierat som avgörande för vår framgång.

På Highway One finns också virtuella

mötesplatser, så kallade communities, tillgängliga för anställda utifrån specificerade yrkesroller och kompetensområden. På dessa mötesplatser kan de anställda finna bland annat nyheter, information, arbetsmetoder, stödverktyg, koncept, referenser, CV, projektmaterial och exempel på Best Practice. Medarbetarna ska även kunna mötas i virtuella diskussionsrum för att utbyta erfarenheter och kompetens med kollegor.

Såsom en av de viktigaste resurserna i företagets strukturkapital utvecklas Highway One vidare under 2000 med högsta prioritet.

Integration av förvärv

Vi har en aggressiv tillväxtstrategi och avser att fortsätta den geografiska expansionen i hög takt. Prioriterade marknader är länder i norra Europa. För att underlätta förvärvs- och integrationsprocessen använder vi en utarbetad förvärvs- och integrationsmetodik, som styr arbetet från identifiering av förvärvskandidat till avslutande ceremoni. Ledord i processen är snabbhet och deltagande. Hela integrationsprocessen ska inte ta mera än sex veckor och en utvärdering sker efter tre månader.

Lyckad integration är av affärskritisk betydelse. Därför är utvärderingen av förvärvskandidater ur integrationssynpunkt mycket viktig. Vi har avstått från ett antal förvärv efter bedömningen att integration skulle bli svår eller omöjlig, till exempel på grund av för stora skillnader i företagskultur.

Då vi väljer att gå vidare i ett förvärvsprojekt säkerställs integrationen av förvärvade bolag/rörelser och deras nyckelanställda genom så kallad Lock In-avtal.

Företagskultur

Hög tillväxt ställer höga krav på en stark företagskultur. Vi har valt att beskriva den egna företagskulturen utifrån hur företaget önskas uppfattas av nuvarande och potentiella kunder och medarbetare. Ledord är entusiasm, erfarenhet, affärsorientering, kreativitet, social kompetens, visionära lösningar och kvalitet.

Trygghet och säkerhet är också viktiga ledord – både för kunder och anställda. Information Highway ska skilja sig från andra

aktörer genom innovation och dynamik inom ramen för gjorda åtaganden och på basis av tidigare erfarenheter.

Företagskulturen sprids och förmedlas på ett flertal sätt förutom genom den dagliga kontakten mellan medarbetare. De internutbildningar som vi anordnar ska utöver utveckling av kompetens och affärsmannaskap förmedla de värden och ledord som är viktiga i Information Highway samt ge medarbetarna möjlighet att bygga personliga nätverk inom företaget. För att stimulera sammanhållning mellan medarbetare anordnas även sociala evenemang kontinuerligt.

I anslutning till nyanställning anordnas en introduktionskurs under två dagar, där de nya medarbetarna har möjlighet att träffa koncernledning och representanter från övrig konsultverksamhet. Allt för att förmedla personlig kontakt med övriga medarbetare och skapa förståelse för företagets strategi, vision och verksamhet.

HUMANKAPITALET

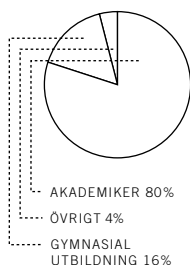
Kompetens, kapacitet, arbetssätt, motivation och lojalitet hos våra ledare och medarbetare är affärskritiska tillgångar. Information Highways konkurrenskraft är därför beroende av företagets förmåga att behålla och rekrytera professionella medarbetare. Att löpande förädla medarbetarnas kompetens samt att tillgängliggöra företagets kollektiva kunskap för enskilda medarbetare är också viktiga inslag i arbetet med humankapitalet.

Från bildandet 1994 har Information Highway expanderat till 542 medarbetare inklusive ännu ej konsoliderade bolag, vid utgången av 1999.

Tillväxten har åstadkommit genom en kombination av organisk tillväxt och förvärv. Under 1999 stod förvärv för den största delen av tillväxten.

En viktig förutsättning för att kunna växa snabbt och med lönsamhet är att personalomsättningen är låg. Information Highways personalomsättning var under 1999 cirka tre procent. Det långsiktiga målet är att personalomsättningen ska vara lägre än fem procent.

Utbildningsnivå



Kompetensprofil

Huvuddelen av Information Highways medarbetare är välutbildade och har lång branscherfarenhet. Vid utgången av 1999 hade omkring 80 procent akademisk examen. Genomsnittsåldern uppgick till cirka 33 år. Den genomsnittliga erfarenheten i branschen var cirka sex år. Vi eftersträvar en balanserad kompetensprofil utifrån våra tre Practice Areas – Business Consulting, Interactive Consulting och Technology Consulting – så att rätt kombination av resurser alltid kan ställas till den enskilda kundens och det enskilda uppdragets förfogande.

Kompetensutveckling

Vi bedriver kompetensutveckling inom områdena yrkeskompetens, affärskompetens och beteende. Varje medarbetare är själv ansvarig för att förändra och utveckla sin kompetens i takt med att företaget utvecklas. Företaget kommunicerar vilken kompetens som är av strategisk betydelse och ställer resurser till förfogande för att medarbetaren ska kunna tillägna sig den kompetens som är nödvändig.

Utvecklingen av yrkeskompetens sker genom den dagliga yrkesrollen som konsult, via interna och externa seminarier och konferenser samt genom interna kompetensnätverk, vilka hålls samman genom vårt intranät – Highway One.

Genom vår affärsskola erbjuds kompetensutveckling för samtliga medarbetare inom områdena affärsmannaskap och beteende. Syftet med affärsskolan är att öka kvaliteten i kundrelationer, utveckla konsultrollen, ge riktlinjer för hur affärsverksamheten ska förbättras, öka affärsmöjligheterna och vidga de personliga nätverken för medarbetarna inom Information Highway. Utbildningsportföljen består bland annat av utbildning inom områdena Vision Builder, affärsekonomi och -juridik, säljmetodik och ledarskap. Alla medarbetare fyller sin egen utbildningsportfölj med utbildningar som erbjuds inom affärsskolans ram.

Beteendekompetensen, hur vi gör saker och ting, kommuniceras i vår kultur.

Ersättningssystem

Våra medarbetare ska erhålla en marknadsmässig ersättning. Lönerna är individuella och differentierade. Huvuddelen av medarbetarna har en fast och en rörlig ersättning. Utöver lönebaserad ersättning eftersträvar vi att samtliga medarbetare ska erbjudas möjlighet att delta i incitamentsprogram. Samtliga de incitamentsprogram, bestående av ett konvertibelt lån och två optionsprogram, som erbjudits personalen har fulltecknats.

Rekrytering

Vi rekryterar löpande personal och för att lyckas med vår rekryteringsplan kompletterades det löpande rekryteringsarbetet under hösten 1999 med en omfattande rekryteringskampanj för att locka nya medarbetare. Under 1999 resulterade kampanjen i drygt 500 kvalificerade ansökningar. Kampanjen bestod av ett antal www-adresser, som visades på stortavlor över hela landet. Adresserna belyste vårt rekryteringsbehov och -ambition. Exempel på webbadresser var www.trehundratill.com, www.wapveteran.com, www.bara-de-basta.com och www.designdrottning.com. Var och en av domänadresserna leder till vår rekryteringssajt där besökaren kan ställa frågor, studera företagets medarbetarpolicy och utvecklingsprogram eller söka jobb på något av företagets kontor. Med undantag av stortavelkampanjen som genomfördes i Sverige omfattade rekryteringskampanjen samtliga marknader som Information Highway finns representerade på. Kampanjen kommer att fortgå under 2000. Den kommer då främst att ske genom radioreklam, banners och medarbetarrekrutering. Målet under 2000 är att rekrytera cirka 300 medarbetare.

Jämställdhet

Inom Information Highway verkar vi för att kvinnor och män ska ha samma rättigheter, möjligheter och skyldigheter. Jämställdhetsarbetet ska vara ett naturligt inslag i verksamheten, vilket innebär att medarbetarna i alla aktiviteter och relationer beaktar jämställdhetsaspekten. Vi har en jämställdhetsplan som följs upp en gång per år av koncernledning och per-

sonalrepresentanter. Fyra olika områden har definierats i planen och inom dessa har mål definierats. Målen är att:

Ledarskap. Kvinnor och män ges lika möjlighet att bli ledare och att utveckla sitt ledarskap efter egna förutsättningar.

Kompetensutveckling. Kvinnor och män ges lika möjlighet till kompetensutveckling.

Lön och belöning. Information Highway verkar aktivt utifrån målet: lika lön samt löneutveckling för lika väl utfört arbete.

Företagskultur. Information Highway verkar för en företagskultur som främjar både kvinnors och mäns behov och möjligheter.

På Information Highway är andelen män hög och företaget strävar efter att anställa fler kvinnor.

KUNDKAPITALET

Information Highway har en kundbas på cirka 350 företag. Kunderna är såväl större, väletablerade företag och organisationer, som mindre och nyetablerade verksamheter. Till de största kunderna hör ABB, ATG, Ericsson, SAS och SMART. Dessa svarar för cirka en tredjedel av omsättningen. Hela den aktiva kundportföljen vid ingången av 2000 redovisas på sid 9.

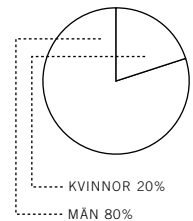
Kundkapitalet förädlas och utvecklas genom systematiska insatser för att öka kundnöjdhet, lojalitet och kundandel samt genom nyrekrytering av kunder.

Vi har en hög kundnöjdhet och en låg kundomsättning. Detta bygger på förmågan att möta gjorda åtaganden vad gäller till exempel kvalitet och tidhållning samt att överträffa kundens förväntningar när det gäller process och kreativitet i affärslösningar och utformning. Relationsbygge är också en bidragande orsak till kundnöjdhet. Vår företagskultur betonar vikten av social kompetens, i första hand förmågan att lyssna och förstå kundens behov.

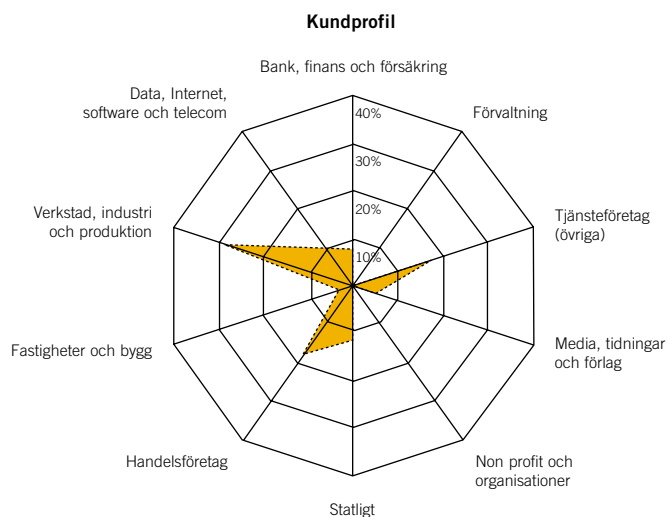
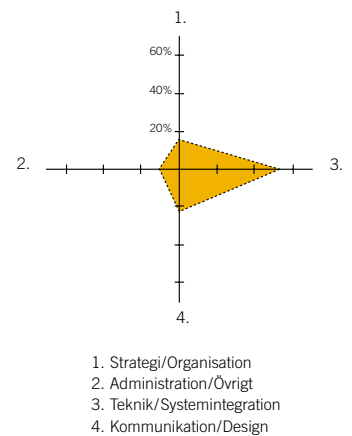
Fokuseringen i vår nyprospektering inriktas i första hand mot de större företagen, som har behov av komplexa men också driftssäkra lösningar, samt nystartade företag med höga ambitioner inom våra kompetensområden.

En tydlig profil och ett starkt varumärke är av allt större betydelse också i vår bransch. Information Highway fick under 1999 mycket kraftig exponering i media som "årets börsvinare", vilket skapade bred och god kännedom om varumärket i Sverige. Den egna kampanjen under slutet av året förstärkte etablerandet av Information Highways varumärke.

Fördelning mellan män och kvinnor per den 31 december 1999



Medarbetarprofil



Vision Builder säkrar målstyrd problemlösning

De uppgifter vi ställs inför som konsulter kräver att vi – oavsett utbildning och erfarenhet – förstår uppdraget på samma sätt och att vi kan samarbeta över gränserna för våra Practice Areas. Det räcker dock sällan med att bara låta teamets sammansättning spegla den kompetens som är nödvändig för att lösa uppgiften. Även om det skulle räcka i en liten konsultorganisation – därför att teamets medlemmar känner varandra personligen – uppstår det snabbt problem när organisationen vuxit och uppdragen kräver att kompetens från olika håll kombineras. Vi tillämpar därför en metod i syfte att säkerställa att vi arbetar mot samma mål och att våra kunder verkligen får sin vision förverkligad. Denna metod kallar vi Vision Builder.

KUNDPERSPEKTIVET

Vision Builder säkrar ett fokus på kundens strategiska mål genom hela utvecklingsprocessen. Det unika med Vision Builder är att metoden direkt kan länka de krav som kunden ställer på funktionaliteten i till exempel en e-handelslösning till en uppsättning specifikationer som är gemensam för våra businesskonsulter, interaktionsdesigners och systemutvecklare.

Vision Builder gör detta i tre steg

- ☐ Informationsanalys
- ☐ Sekvensanalys
- ☐ Metodanalys

I det första steget, informationsanalysen, sker en beskrivning av kundens affärsmässiga mål med projektet, vilka marknader denne vill vända sig till och vilka strategier som ska

användas. Här sker också en analys av vad samtliga användare måste utföra för att få vissa saker gjorda i systemet, till exempel orderläggning och fakturering. Denna analys ger en strukturerad överblick av kundens mål och vision med lösningen och samtliga användare med avseende på behov, roller och behörighet.

Därefter bryts varje arbetsuppgift ner och beskrivs i termer av vem som gör vad med vad, till exempel vad en kund gör med en order avseende en viss produkt. Samtidigt sker en analys av vilken input varje användare måste ha för att göra vissa uppgifter och vilken output det resulterar i, den så kallade sekvensanalysen. Här klarläggs vilka samband som finns mellan användare och deras uppgifter.

Därmed är grunden lagd för det sista steget som är metodanalysen. I metodanalysen tar programmering vid, baserad på den tidigare beskrivningen av vad användarna gör och hur de är beroende av varandra.

Genom den stegvisa analysen som är baserad på en sammanhållen begreppsapparat och en grundläggande analys slår Vision Builder en brygga mellan olika discipliner och inriktningar. Till finesserna med detta angreppssätt hör bland annat att en stor del av programmeringsarbetet kan återanvändas, eftersom arbetssättet bygger på modulariserade och standardiserade funktioner som går igen i många lösningar. Minst lika betydelsefullt är att kundens krav och önskemål översätts till ett språk som är gemensamt för yrkesutövare från olika håll av organisationen och att det ytterst är kundens förväntningar som styr projektet.

MEDARBETARPERSPEKTIVET

I sin ursprungliga version bestod Vision Builder av ett antal dokument som beskriver hur arbetet ska gå till i de olika faserna i ett projekt (typiskt sett planering, analys, design, genomförande, utveckling, tester och dokumentation). Dokumenten bildade tillsammans ett recept för hur projektet skulle utföras. Dokumentens format var anpassade efter den respektive uppgift som skulle lösas. Om arbetet bestod i att göra en presentation för kund var formatet Power Point och de standardiserade uppgifterna redan ifyllda så att projektdeltagaren kan ägna maximal tid och kraft åt det kreativa arbetet. På motsvarande sätt var dokumenten för de övriga faserna utformade. Men utöver att vara ett recept svarar Vision Builder också på frågor varför vissa uppgifter ska utföras och vilka kvalitetskriterier som resultatet ska bedömas efter. Syftet är att varje medarbetare ska förstå deluppgiftens roll i helheten och själv kunna avgöra om det utförda arbetet motsvarar kraven.

I Vision Builder är också ett lexikon inkluderat som förklarar generella termer inom till exempel programmering men också termer som är specifika för organisationen. På så vis etableras ett gemensamt språk och terminologi.

Lexikonet säkerställer att alla – från den kundansvarige till interaktionsdesignern och systemutvecklaren – menar samma sak när de använder samma begrepp.

UNDERHÅLL OCH KULTUR

För att underhålla och stödja användandet av Vision Builder sker kontinuerlig utbildning av såväl personal som kunder i metoden. Avsikten är att inte göra Vision Builder till bara en metod utan också ett till ett förhållningssätt och till ett centralt inslag i vår kultur.

För närvarande är Vision Builder under omarbetning för att bättre än tidigare kunna integrera tidiga faser i projektet, det vill säga strategiska och affärsmässiga överväganden.



ABB



WAP är för de flesta att surfa på nätet med mobiltelefonen – men tekniken kan användas för mycket mer än så. I samarbete med Information Highway tog ABB Automation Products fram en WAP-lösning som möjliggör övervakning och styrning av industriella processer via en mobiltelefon eller handdator.

– Vi valde att samarbeta med Information Highway tack vare deras kompetens både vad gäller industriella processer och modern WAP-teknik, säger Mikael Rudin, ansvarig för strategisk produktutveckling på ABB Automation Products i Västerås.

Bakgrund

Hur är det möjligt att övervaka industriella processer med en vanlig mobiltelefon? Med mobiltelefon har man sedan flera år kunnat göra mer än bara tala med varandra, till exempel hämta börskurser och skicka textmeddelanden. Men något brett genomslag har det inte blivit. Skälen är bland annat att dagens telefoner har för litet minne och att det inte funnits någon standard för hur information ska skickas och presenteras. Men 1997 tog de ledande tillverkarna av telekomutrustning initiativet till en gemensam standard för ett sätt att skicka och presentera information över trådlösa nät, det så kallad WAP (Wireless Application Protocol). WAP gör det möjligt att koppla upp mobiltelefoner, personsökare, handburna datorer etc till till exempel Internet.

Information Highways roll

Utvecklingen har ägt rum inom ramen för samarbetsorganisationen WAP Forum där också Information Highway är medlem sedan hösten 1999. Information Highway har varit en av pionjärerna i Sverige inom WAP och har utvecklat WAP-lösningar för till exempel SMHI. För Information Highway är WAP en av många viktiga elektroniska kanaler som man måste behärska för att kunna hjälpa sina kunder i den nya digitala ekonomin.

– Men minst lika viktigt i fallet med ABB, kanske viktigare, var vårt kunnande om industriella processsystem. Det ger oss mycket goda förutsättningar att hjälpa inte bara ABB utan även andra industriföretag som ska webbifiera sina system, säger Kristian Holm, VD för Information Highway i Västerås, som arbetat på ABB tidigare och som känner automationsverksamheten sedan flera år. Han vill starkt betona samarbetet med kunden:

– ABB äger den här lösningen, men vi har gjort den tillsammans. ABB Automation Products är ett företag som det är roligt att arbeta med. Där finns framsynta människor som törs ligga i framkant när det gäller att använda ny teknik och okonventionella sätt att utnyttja teknikens möjligheter, säger Kristian Holm.

Framgångsfaktorer

ABBs nya komponentbaserade arkitektur för industriella IT-lösningar smälter samman IT-systemen i en industriell anläggning till en homogen användarmiljö. Det var den nya arkitekturen som tillsammans med Information Highways kunnande inom bägge dessa områden gjorde den revolutionerande lösningen möjlig.

Kundnytta

Den nya WAP-applikationen gör det möjligt för serviceingenjörer att hämta information från processtyrningssystem utan att behöva vara på plats. WAP-telefonen blir också ett utmärkt service- och underhållsverktyg, då det är möjligt att stå i kontakt med processtyrningssystemet varhelst man befinner sig i sin anläggning. Teknikern kan enkelt gå in och titta på olika delar av processen, navigera i anläggningen, titta på status samt styra utrustning som pumpar, ventiler med mera. På så vis kan driftsproblem som uppstått under natten analyseras och åtgärdas. Lösningen ökar driftssäkerheten, kortar ledtider och reducerar riskerna för driftstopp och produktionsbortfall vid störningar i processen.

Kort om ABB Automation Products

ABB Automation Products är en del av ABBs automationssegment, världens ledande tillverkare av automationssystem. Företagets huvuduppgift är att hjälpa sina kunder till höjd kvalitet, spara energi, lösa miljöproblem, öka lönsamhet och förbättra arbetsmiljöer genom att utveckla och tillverka produkter som styr, övervakar, kontrollerar och skyddar olika typer av processer inom industrin och i anläggningar för elkraft. Produkterna är en plattform för de automationslösningar som ABB erbjuder kunder runt om i världen. Den gemensamma nämnaren för produkterna är att de är öppna, lätta att använda och enkelt kan byggas ut och anpassas i takt med ändrade behov.

ABB Automation Products har en omsättning på 2 400 MSEK, 1 400 medarbetare och satsar 25 procent av omsättningen på forskning och utveckling.

Fondex

5.0	18400	4.2	Trelleborg	C.fr	+5	265.-	275.-	265.-	270.-	40.-	66.-
7.9	2000	2.8	Trelleborg	A,bu	+5	270.-	275.-	265.-	270.-	28.-	105.-
8.3	600	0.2	Volvo	A,fr	+10					50.-	133.-
5.0	5.7	400	Volvo	B,bu	+2	231.-	234.-	231.-	234.-	55.-	79.-
5.0	6.7	41606	Volvo	B,fr	+4	243.-	245.-	243.-	248.-	145.-	240.-
5.0	6.4	13000	Volvo	B,bu	+2					27.-	55.-
ÖVRIGA INDUSTRIAKTIER											
0.-	0.0	1700	0.8	ASG	B,bu		85.-	85.-	85.-	50.-	79.-
6.-	2.2	3000	0.8	Alfa-Laval	A,bu		273.-	274.-	273.-	145.-	240.-
6.-	2.4	14800	10.3	Alfa-Laval	B,fr	-1	249.-	251.-	250.-	27.-	55.-
3.75	3.2	500	0.3	Almedahl-F	B,bu		116.-	120.-	70.-	78.-	126.-
1.83	2.7	200	0.4	Anderssons	B,bu		67.-	70.-	135.-	97.-	255.-
5.25	3.9	300	0.6	Arcona	A		135.-	140.-	130.-	2.-	30.-
5.25	4.1	4400	0.6	Arcona	B	-2	128.-	132.-	44.-	13.-	41.-
0.55	1.3	48250	0.8	Argonaut	A,bu	-3	43.-	45.-	44.-	100.-	147.-
0.55	1.3	1900	1.2	Argonaut	B,bu	-2	42.-	44.-	43.-	125.-	195.-
4.75	3.4	45700	4.8	Argonaut	bu	+2	140.-	145.-	140.-	37.-	86.-
1.50	5.5		0.8	Aritmos	bu	+1	27.5	28.5	27.-	60.-	160.-
4.50	3.3	3420	0.9	Avesta	bu		135.-	140.-	135.-	205.-	48.-
3.10	4.4	62250	3.4	AxTrade	B,fr		71.-	74.-	44.-	22.-	5.-
1.-	2.3	1800	0.5	Bergm&Bev	bu		43.5	44.-	43.5	11.-	
1.64	1.9	16300	3.4	BGB	A,bu	+10	85.-	100.-	85.-	54.-	
1.64	2.4	600	0.0	Bilspedition	B,bu	+2.5	67.5	68.-	67.-	28.-	
1.50	1.8	2000	2.6	Bilspedition	A,bu	-0.5	62.5	64.-	61.-	38.-	
2.75	3.1	4771	0.2	BPA	B,bu	+1	81.-	82.-	81.-	63.-	
0.80	2.9	9000	0.2	BPA	A,bu	+8	90.-	93.-	85.-	115.-	
1.75	3.7	1605	1.1	Catena	B,bu	-1	27.5	28.5	28.-	45.-	
6.50	3.4	100	3.0	Conata	B,bu		47.-	50.-	190.-	55.-	
6.50	3.5		0.3	Eken	A,bu	+5	190.-	195.-	195.-	60.-	
			0.2	Esab	B,bu	+5	185.-	195.-		100.-	
			0.4	Esab	A,bu		105.-	110.-	103.-	24.-	
			0.3	Esselte	B,bu	-3	103.-	105.-	109.-	85.-	
			0.6	Esselte	B,fr	-1	110.-	115.-	125.-	6.-	
			1.8	Esselte	A,bu		125.-	132.-	130.-	3.-	
			0.5	Euroc	B,bu	+1	127.-	130.-	50.-	40.-	

Objektivitet och enkelhet. Det var ledorden för Fondex VD Fredrik Arnander när planerna på en inbrytning på den svenska fondmarknaden började ta form 1998. I maj 1999 lanserades Fondex webbplats, Sveriges första oberoende marknadsplats för fonder på Internet. Information Highway var med från start och fick förtroendet att delta i alla faser ända från de grundläggande diskussionerna.

– Internet är idealiskt för fonder, menar Fredrik Arnander. Det finns ett stort informationsbehov runt fonder och det har saknats en bred distributionskanal för alla fonder.

Bakgrund

Över fem miljoner svenskar sparar idag i fonder. Och utbudet är stort. Det är ingen överdrift att tala om en fonddjungel – ett femtiotal svenska och utländska fondbolag erbjuder över 1 100 produkter. Marknaden domineras av ett fåtal bankägda fondbolag som förvaltar nästan 90 procent av den totala fondförmögenheten. Många fondsparare har haft en förhållandevis passiv inställning till fonder.

Fondex vänder sig till en ny typ av fondsparare – en sparare som aktivt söker information om nya fonder och som använder Internet för att handla. För dem tillhandahåller Fondex en oberoende marknadsplats med tjänster för fondhandel och fondinformation. Marknadsplatsen är tillgänglig dygnet runt, ger överblick och är kostnadsfri för spararen. Fondex ger sparare möjlighet att själv välja fonder utifrån ett brett utbud.

Fondex är ett bra exempel på ett företag med en ny affärsmodell och som inte hade funnits utan Internet.

– Men vi brukar säga att den främsta representeranten för det nya fondsparandet, det är inte Fondex, utan fondspararen själv. Med Internet har vi fått många rörliga och avancerade fondsparare, säger Fredrik Arnander.

Information Highways roll

Information Highway var med från start och fick förtroendet att delta i alla faser ända från de grundläggande diskussionerna. Bolagets åtagande omfattade produktionen från konceptuell design till konstruktion, hårdvara och drift.

Information Highway har svarat både för den publika delen och för det interna administrationsgränssnittet i systemet. Sedan driftstarten i maj 1999 ansvarar Information Highway också för övervakning och drift av webbplatsen.

Framgångsfaktorer

- ☐ Information Highway hade erfarenhet av att arbeta med lösningar på de finansiella marknaderna, bland annat åt Aros och FöreningsSparbanken.
- ☐ Hantering av värdepapper – som till exempel kontotjänsten, vilken innebär att spararna förvarar sina andelar hos Fondex – ställer höga krav på systemets säkerhet och integritet. Information Highways lösning uppfyller högt ställda krav på robusthet och stabilitet.
- ☐ Information Highways bredd har gjort att en rad medarbetare med erfarenheter från andra branscher kunde berika projektet.

Kundnytta

På Fondex webbplats finns till exempel tjänster som fondkonto, nyheter, interaktiv fondskola, interaktiva sparprofiler, mikrosajter med information om fonder, fondbolag, analyser och sökverktyg för att hitta rätt fonder. Spararen anmäler sig som kund hos Fondex på hemsidan www.fondex.se. När kunden slutit avtal och öppnat konto hos Fondex kan han eller hon köpa och sälja marknadens fonder på ett enkelt sätt och följa portföljutvecklingen online. Tjänsten är kostnadsfri. Fondex får sina intäkter främst genom provisioner från fondbolagen.

KK-stiftelsen



Ska man satsa på framtiden så ska man satsa på skolan! I syfte att vitalisera undervisningen i alla skolans ämnen med hjälp av IT inledde KK-stiftelsen 1995 en satsning på totalt 1,5 miljarder SEK. På uppdrag av KK-stiftelsen skapade Information Highway webbplatsen www.kollegiet.com dit lärare och andra intresserade kan vända sig för att ta del av erfarenheterna från projekten.

Bakgrund

Den skolsatsning som stiftelsen inledde 1995 har nu gått in i en ny fas. De erfarenheter som finns från 100 pilotprojekt och som engagerat nästan 500 skolor sprids vidare i en treårig informationssatsning. Satsningen innebär bland annat uppbyggnad av en webbplats med beskrivningar av framgångsrika projekt. Webbplatsen ska fungera som ett "virtuellt lärarum" för landets lärare och skolledare.

Information Highways roll

På uppdrag av KK-stiftelsen skapade Information Highway webbplatsen www.kollegiet.com dit lärare och andra intresserade kan vända sig för att ta del av erfarenheterna från projekten. Här kommer lärare att hitta kollegor att utbyta erfarenheter med och här finns intressanta reportage och artiklar och exempel på hur skolor i praktiken använder IT. Kollegiet kommer att vara indelat i fem temaområden: Etik och källkritik på Internet, Elever i behov av särskilt stöd, Flexibelt lärande, Internationalisering samt Naturvetenskap och Teknik.

– Tillsammans med KK-stiftelsen skapar vi en lärarportal som är en mötesplats på nätet, ett interaktivt forum för diskussion och samtidigt en avancerad informationskälla, säger Liselott Alnestig, projektledare från Information Highway.

Framgångsfaktorer

Information Highway fick i augusti 1999 i uppdrag av KK-stiftelsen att utveckla webbplatsen efter en offentlig upphandling i hård konkurrens med landets samtliga större leverantörer. En starkt bidragande orsak till att Information Highway fick uppdraget var att företaget var ensamt i Sverige om att ha utvecklat webbtjänster för avancerad hantering av kunskap och

personifierad information med produkter från företaget Autonomy. Systemet använder sofistikerad teknik för mönsterigenkänning, vilket gör det möjligt för datorer att identifiera sammanhang i information och avgöra vad som är mest väsentligt. Autonomy skapar personifierade informationsprofiler åt alla användare och matchar dessa mot den information de har behov av. Programmet bevakar all ny information i realtid och underrättar användaren om ny och relevant information via till exempel e-post, fax, personsökare eller webbläsare. Detta gör att människor med liknande intressen kan mötas och att dold kunskap förvandlas till användbar information.

Ett annat skäl som talade för Information Highway var bolagets helhetsåtagande och förmågan att vidareutveckla projekt. Information Highway har tagit ansvar för underhåll av KK-stiftelsens övriga webbplatser, nyutveckling och drift av KK-stiftelsens servrar.

Kort om KK-stiftelsen

Stiftelsen för Kunskaps- och Kompetensutveckling (KK-stiftelsen) bildades av svenska staten 1994 i syfte att främja kompetensutveckling och skapa förutsättningar för ekonomisk tillväxt.

KK-stiftelsen fick tre uppdrag av regeringen: Främja bred användning av IT, stimulera och finansiera profilerande forskning vid landets mindre och medelstora högskolor samt att stödja samarbete mellan forskning, företag och industriforskningsinstitut. Stiftelsens satsningar inom dessa områden är uppdelade på så kallade programområden, som i sin tur är uppdelade på underprogramområden. Stiftelsens satsningar inom IT sker inom programområdena Utbildning, Näringsliv, Forskning och Utveckling, Basteknik och system samt Främjande av övrig IT-användning.

Scandinavian Airlines



– Vårt mål är att göra www.scandinavian.net till den mest använda resesidan i Skandinavien, säger Erik Strand, divisionschef för Scandinavian Airlines Marketing och Sales. En viktig förutsättning för att nå det målet är bland annat att resenärerna enkelt kan beställa sina biljetter på nätet och att de är trygga med sättet att betala. Därför hade säkerhet och kundanpassning hög prioritet när Scandinavian Airlines (SAS) lät Information Highway utveckla betalningslösningarna för den nya webbplatsen.

– Vi byggde en av marknadens mest kundanpassade betal lösningar på Internet men finessen är att lösningen går att tillämpa på andra elektroniska kanaler än Internet, säger Håkan Andersson på Information Highway.

Projektet blev ett prov på Information Highways tekniska förmåga att bygga ett betalsystem som är oavhängigt SAS distributionssystem, både det nuvarande och framtida.

Bakgrund

Utgångspunkten för SAS nya webbplats har varit att öka tillgängligheten för SAS produkter och skapa en direkt relation med kunden. Kunden vill och kan i stigande grad göra sina egna resebeställningar. Internet är ett sätt att komma närmare kunden, men inte det enda. SAS lät under 1999 göra en undersökning som visade att hälften av kunderna kunde tänka sig att beställa enkla resor själv genom elektroniska kanaler (mobiltelefon, Internet, digital-tv etc.). Vilken beställnings- och betalningsform som väljs kommer alltmer att avgöras av kundens situation och vilken typ av resa kunden vill göra. Olika kanaler kommer att existera vid sidan av varandra.

Information Highways roll

På uppdrag av SAS gjorde Information Highway en studie av betallösningar på Internet redan 1998. Inventeringen omfattade aspekter som säkerhet och geografisk räckvidd, typ av resor med mera. På basis av studien rekommenderade Information Highway ett system med största möjliga flexibilitet och öppenhet för framtida lösningar – ett betalsystem oberoende av distributionssystem. När sedan SAS startade sitt Electronic Channels Project under 1999 fick Information Highway ansvaret för betalningslösningen. Webbplatsen fick premiär i november 1999.

Framgångsfaktorer

Eftersom betalningsmodulen är en central komponent i SAS affärssystem krävdes hög teknisk och affärsmässig kompetens. Information Highway hade tidigare erfarenhet av att arbeta med SAS och det nödvändiga kunnandet. Navet i lösningen blev de så kallade affärsregler som Information Highway och SAS utvecklade tillsammans och som lagrades i en databas. Det är dessa regler som styr vilket betalningssätt som ska erbjudas kunden. Kriterierna kan vara typ av biljett, om den beställs i förväg eller

samma dag, var kunden befinner sig, vilken typ av resa som avses och i vilken valuta den ska betalas med mera. Till regeldatabasen knöts en betalningsmodul som är oberoende av distributionssystem och som kan utvecklas allteftersom tekniken tillför nya elektroniska kanaler. Med enkla ändringar i regeldatabasen kan SAS anpassa betalningssättet till de produkter och tjänster som erbjuds. Anpassningar till lokala marknader och specifika situationer är lätt gjorda.

Kundnytta

För resenären innebär betallösningen en avsevärd förenkling. Betalsystemet klarar såväl kreditkort som vanlig fakturering och betalning via internetbank. Svenska och finska kunder kan till exempel idag betala sina SAS-biljetter via internetbank om de är kunder i MeritaNordbanken och fler banker kommer att anslutas. När biljetten är beställd på nätet är det bara att klicka så dras betalningen från det egna kontot.

För SAS innebar betalningslösningen en dynamisk plattform som erbjuder vidareutveckling till framtida lösningar. Det går inte att idag säga hur de olika elektroniska kanalerna kommer att användas. Tekniken utvecklas så snabbt att en plattform måste kunna anpassas till nya kundkrav och nya omständigheter.

Kort om SAS

SAS främsta uppgift är att erbjuda konkurrenskraftiga flygförbindelser inom, mellan och från de tre skandinaviska länderna Sverige, Norge och Danmark, dels med egna flygplan, dels i samarbete med sina utvalda partners. SAS ägs av privata investerare och av de skandinaviska ländernas regeringar. Visionen är att skandinaverna ska känna stolthet över sitt flygbolag. Affärsidén är att erbjuda den skandinaviska marknaden ett brett och lönsamt utbud av flyg- och reserelaterade tjänster med fokus på affärsresor. SAS prioriterar säkerhet, punktlighet och excellent personlig service.

Strålfors



Fördjupade kundrelationer stod i centrum då Strålfors anlätade Information Highway för att utveckla Tradelit, en e-handelsplats som avsevärt stärkt banden till kunderna och i vissa fall halverat deras inköpskostnader.

– Vi förstod att en webblösning skulle effektivisera och förenkla handeln och kommunikationen mellan oss och våra kunder. Det handlade inte primärt om att försöka nå nya marknader och nya kunder, säger Magnus Lindberg, utvecklingsansvarig på Strålfors IT-Supplies i Ljungby.

Bakgrund

Strålfors klara uppfattning om de affärsmässiga målen med e-handelslösningen genomsyrade hela projektet och underlättade för Information Highway att realisera visionen.

Sedan hösten 1999 lägger kunderna till Strålfors Supplies i Ljungby sina order direkt i Strålfors affärssystem med stöd av Tradelit. Varje användare har sin unika behörighet och får en skräddarsydd hemsida med tillgång till Strålfors system för inköp, order, leveranser och prislistor enligt det avtal kunden har med Strålfors. I webbtjänsten finns utöver produktinformation med bilder, produktblad och miljöfakta för flera tusen artiklar även ett avancerat orderstöd med varukorg, ordremallar och orderhistorik. En lagd order går online till ordersystemet i affärssystemet Movex som installerades parallellt med Tradelit.

Information Highways roll

Utvecklingsuppdraget gick till Information Highway som tillsammans med Strålfors utvecklade design, funktion och teknik. För att konkretisera kravbilden och säkerställa behov och kravuppfyllnad genomfördes en förstudie. Tidigt identifierades projektets fyra hörnstenar: Affärssystemet, produkt databasen, pedagogik och kundnytta samt design.

Framgångsfaktorer

Framgången berodde i hög grad på följande faktorer:

- ☐ Gemensam plattform för informationsöverföring till kund som köper från olika avdelningar.
- ☐ Fullständig integration av webbhandelsplatsen med affärssystemet, inte bara koordination eller synkronisering. Automatisk uppdatering av information i affärssystemet.
- ☐ Extremt hög användarvänlighet. Kunds specifika hemsidor ger tillgång till Strålfors system för inköp, order, leveranser och prislistor enligt avtalet mellan kunden och Strålfors.

☐ Förankring av projektet i organisationen och hos ledningen i synnerhet. Alla drog åt samma håll. Olika referenspersoner i organisationen arbetade med projektet på avsatt arbetstid.

☐ Spjutspetsteknik vid uppstarten av projektet. För att kunna presentera omfattande information på ett pedagogiskt sätt måste webbplatsen vara relativt avancerad. Information Highway utvecklade en speciell produktnavigator som enkelt och snabbt presenterar stora informationsmängder.

☐ En överdriven flexibilitet i lösningen från början för att kunna koppla produktinformation, kampanjer samt extern information från leverantörer till utvalda kunder på olika språk. En flexibel plattform och systemlösning var nödvändig då marknad och affärsrelationer utvecklas kontinuerligt.

☐ Återanvändning av information genom att skapa ordremallar som kan lagras samt tillgång till orderhistorik har införts för att ytterligare förenkla och effektivisera processen.

Kundnytta

Strålfors har uppskattat att inköpskostnaden för en order vid traditionell beställning i snitt uppgår till 1 000 kronor. Kostnaden för att jämföra priser från olika leverantörer, ta emot fakturor, godkänna dessa, lägga beställningar och annat som hör till kan med e-handel sänkas med upp till 50 procent. Det innebär att en kostnadsminskning på 10–15 procent för varuköpet uppnås för kunder som använder Tradelit.

Kort om Strålfors

Strålfors IT-Supplies är ett affärsområde inom Strålfors-koncernen, en leverantör av IT-orienterade tjänster med en årlig omsättning om 2,5 miljarder SEK. Affärsområdet Strålfors IT-Supplies är leverantör av datortillbehör till kunder i Norge, Danmark, Finland och Sverige. I sortimentet finns produkter för lagring av data, utskrifter och förvaring.



LARS IRSTAD



LARS CARLQVIST



DAG FORSÉN



ANDERS JONSSON



FRITZ STAFFAS



GÖRAN WÅGSTRÖM

Styrelse

LARS IRSTAD, Född 1934

Styrelseordförande

Invald i styrelsen 1996

VD och grundare av Programator 1962–1991.

Övriga styrelseuppdrag: G2 Solutions AB, IMS AB, IT Provider Advisor AB, OM Gruppen AB, OM Technology AB, SAS Data AB

Aktieinnehav: 0

LARS CARLQVIST, född 1946

Styrelseledamot

Invald i styrelsen 1997

VD i Veritema AB.

Övriga styrelseuppdrag: Benefit AB, G2 Solution AB, IT Provider Advisor AB

Aktieinnehav: 371 730

DAG FORSÉN, född 1962

Ansvarig för Business Development

Invald i styrelsen 1999

Anställd sedan 1997

Aktieinnehav: 60 000

Optioner: 50 000

ANDERS JONSSON, född 1953

Styrelseledamot

Invald i styrelsen 1999

Övriga styrelseuppdrag: Callus Systems AB, SweMac Sport AB, Wolber Kontor AB

Aktieinnehav: 8 750

FRITZ STAFFAS, född 1933

Styrelseledamot

Invald i styrelsen 1997

Övriga styrelseuppdrag: Malå Geoscience AB, Ortivus AB, Rosendals Bygg & Installations AB, Statliga Akademiska Hus AB, Statliga Akademiska Hus i Stockholm AB

Aktieinnehav: 7 500

GÖRAN WÅGSTRÖM, född 1954

VD och Koncernchef

Invald i styrelsen 1999

Övriga styrelseuppdrag: Corus Technology AB, IT Provider Advisor AB, MultiQ AB, OM Technology AB

Anställd sedan 1999

Aktieinnehav: 0

Optioner: 80 000



GÖRAN WÅGSTRÖM



DAG FORSÉN



SUNE HOLM



ULF KARNELL



KATARINA NYBERG



ULF PETTERSSON



GÖRAN WESTBERG

Koncernledning

GÖRAN WÅGSTRÖM, född 1954

VD och Koncernchef

Se ”Styrelse”.

DAG FORSÉN, född 1962

Ansvarig för Business Development

Se ”Styrelse”.

SUNE HOLM, född 1955

Marketing and Sales

Anställd sedan 1999

Aktieinnehav: 0

Optioner: 100 000

ULF KARNELL, född 1967

Informationschef

Anställd sedan 1997

Aktieinnehav: 40 020

Konvertibler: 2 000

KATARINA NYBERG, född 1959

Finanschef

Anställd sedan 1998

Aktieinnehav: 1 373

Optioner: 50 000

ULF PETTERSSON, född 1960

VD i Information Highway Sverige AB

Anställd sedan 1999

Aktieinnehav: 13 125

Optioner: 105 000

GÖRAN WESTBERG, född 1956

Human Resources

Anställd sedan 1999

Aktieinnehav: 0

Optioner: 100 000

REVISORER

Ernst & Young AB

Huvudansvarig:

LARS TRÄFF, född 1954.

Auktoriserad revisor, Revisor i

Information Highway sedan 1999.

Ordlista

Användargränssnitt: Programvaras utseende/utformning på bildskärm.

Applikation: Program som används för speciellt bruk och i specifika sammanhang.

Business-to-Business: Handel mellan företag.

Business-to-Consumer: Handel mellan företag och konsument.

Change Management: Ledning av förändringar avseende verksamhetsinriktning och organisationsstruktur.

Community: Gemenskap på Internet för att ta tillvara en viss målgrupps intresse.

Customer Relation Management: Verktyg för att vårda och utveckla kundrelationer.

E-handel: Elektronisk handel. Beställning eller betalning av varor och tjänster på helt elektronisk väg, främst via internetsystem som sköter ett företags olika affärsprocesser som till exempel redovisning, fakturering och rapportering.

HTML: Hypertext Markup Language. Kodspråk som ligger till grund för att skapa webbsidor.

Internetpenetration: Andel internetanvändare av totalt befolkningsantal.

Knowledge Management: Hantering av kunskap och avancerad informationssökning.

PDA: Personal Digital Assistant. Mobila enheter, vilka med nuvarande funktioner är att likna vid digitala fickalmanackor och/eller mobiltelefoner. Exempel på PDA är Palm Pilots och Nokia Communicator.

Process Management: Styrning av affärsprocesser samt varu- och tjänsteflödesprocesser.

Sajt: Webbplats på Internet.

Supply Chain Management: Styrning av leverantörskedjan.

WAP: Wireless Application Protocol. En öppen och global standard för att möjliggöra internetkommunikation och avancerade telefontjänster mellan digitala mobiltelefoner, personsökare, PDAs och andra trådlösa terminaler.

Adresser

SVERIGE

INFORMATION HIGHWAY AB
Landsvägen 39
Box 1507
SE-172 29 Sundbyberg
Tel: 08-635 15 00
Fax: 08-635 15 01
E-post: info@ih.com

INFORMATION HIGHWAY
STOCKHOLM AB
Landsvägen 39
Box 1507
SE-172 29 Sundbyberg
Tel: 08-635 15 00
Fax: 08-635 15 01
E-post: info.stockholm@ih.com

INFORMATION HIGHWAY
MANAGEMENT CONSULTING AB
Landsvägen 39
Box 1507
SE-172 29 Sundbyberg
Tel: 08-635 15 00
Fax: 08-635 15 01
E-post: info@ih.com

INFORMATION HIGHWAY
GÖTEBORG AB
Skeppsbron 5-6
SE-411 21 Göteborg
Tel: 031-743 21 00
Fax: 031-743 21 01
E-post: info.gb@ih.com

INFORMATION HIGHWAY
KARLSTAD AB
Norra Kyrkogatan 1
Box 261
SE-651 07 Karlstad
Tel: 054-21 50 70
Fax: 054-21 50 99
E-post: info.karlstad@ih.com

INFORMATION HIGHWAY
MALMÖ AB
Stortorget 8
SE-211 34 Malmö
Tel: 040-660 64 00
Fax: 040-660 64 01
E-post: info.malmo@ih.com

INFORMATION HIGHWAY
NORRKÖPING AB
Holmbrogränd 1
Box 3294
SE-600 03 Norrköping
Tel: 011-24 48 00
Fax: 011-24 48 09
E-post: info.norrkoping@ih.com

INFORMATION HIGHWAY
Klostergatan 42
SE-582 23 Linköping
Tel: 013-25 33 30
Fax: 013-25 33 40
E-post: info.linkoping@ih.com

INFORMATION HIGHWAY
Heffnersvägen 34
SE-856 33 Sundsvall
Tel: 060-17 65 11
Fax: 060-17 65 95
E-post: info.sundsvall@ih.com

INFORMATION HIGHWAY
VÄSTERÅS AB
Stora gatan 16, 6 tr
SE-722 12 Västerås
Tel: 021-10 99 00
Fax: 021-10 99 99
E-post: info.vasteras@ih.com

INFORMATION HIGHWAY
NORRLAND AB
Norrlandsgatan 10
Box 430
SE-901 09 Umeå
Tel: 090-14 33 10
Fax: 090-14 33 15
E-post: info.umea@ih.com

INFORMATION HIGHWAY/
Pyramid Communication AB
Florettgatan 12
Box 22160
SE-250 25 Helsingborg
Tel: 042-38 68 00
Fax: 042-38 68 68
E-post: pyramid@ih.com

DANMARK

INFORMATION HIGHWAY
Rentemestervej 69A
DK-2400 København NV
Tel: +45-3819 2630
Fax: +45-3819 2631
E-post: info.denmark@ih.com

NORGE

INFORMATION HIGHWAY
Støperigata 2
NO-0250 Oslo
Tel: +47 23238800
Fax: +47 23238850
E-post: info.oslo@ih.com

FINLAND

INFORMATION HIGHWAY
Neitsytpolku 5
FIN-00140 Helsinki
Tel: +358 9 612 623 40
Fax: +358 9 612 623 11
E-post: info.finland@ih.com

ENGLAND

INFORMATION HIGHWAY
322 Cambridge Science Park
Milton Road
Cambridge CB4 0WG
Tel: +44 1223 396 800
Fax: +44 1223 396 801
E-post: info.uk@ih.com

www.ih.com