

ÅRSREDOVISNING 2002



Ballingslöv®

Innehåll

Inledning	1	Riskhantering och policies	27	Revisionsberättelse	52
Vd-kommentar	10	Ballingslövaktien	28	Styrelsen	53
Affärsidé, mål och strategier	14	Förvaltningsberättelse	30	Fem år i sammandrag	54
Verksamhetsåret 2002	15	Förslag till vinstdisposition	32	Definitioner	56
Marknad och trender	16	Resultaträkning	33	Bolagsstämma	57
Ballingslövs erbjudande	20	Balansräkning	34	Adressuppgifter	57
Verksamheten	22	Kassaflödesanalys	36		
Miljö och medarbetare	26	Redovisningsprinciper och noter	37		

Ballingslöv i korthet

Ballingslöv är en av de ledande tillverkarna av köksinredningar i Skandinavien och Storbritannien. Produkterna kännetecknas av sofistikerad design, stor valfrihet och hög kvalitet. Våra varumärken är Ballingslöv, SweNova, ABT, Drømmekjøkkenet, JKE Design, DFI, Danlamin och Paula Rosa. Tillverkningen sker i egna anläggningar i Sverige, Danmark och Storbritannien.

Året i korthet

Nettoomsättningen uppgick under 2002 till 1 159,6 Mkr (1 233,9), en minskning med 6,0 %. Exklusive valutaeffekter minskade omsättningen med cirka 5 %. Rörelseresultatet (EBIT) steg till 119,1 Mkr (111,9). En ökning med 6,4 %. Rörelsemarginalen före goodwillavskrivningar uppgick till 12,3 % (11,0) vilket något överstiger vårt långsiktiga marginalmål (12,0 %).

KONCERNEN

	2002	2001
Nettoomsättning, Mkr	1 159,6	1 233,9
Rörelseresultat före goodwillavskrivningar, Mkr (EBITA)	142,2	135,2
Rörelsemarginal före goodwillavskrivningar, %	12,3	11,0
Rörelseresultat, Mkr (EBIT)	119,1	111,9
Rörelsemarginal, %	10,3	9,1
Resultat efter finansiella poster, Mkr	99,4	84,9
Nettoresultat, Mkr	64,5	53,5
Nettoresultat per aktie, kr	6,61	6,11
Nettoresultat per aktie exklusive goodwill, kr	8,98	8,78
Avkastning på eget kapital, %	16,3	17,3
Skuldsättningsgrad, ggr	0,8	1,2
Soliditet, %	42,8	33,6

Viktiga händelser

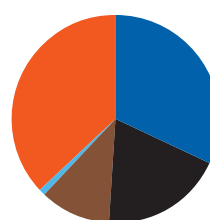
2002

- ▶ Fortsatt god tillväxt i Skandinavien.
- ▶ Förstärkta marknadspositioner inom flera geografiska områden i Skandinavien.
- ▶ Tillbakagång i Storbritannien, både försäljnings- och resultatmässigt.
- ▶ Lansering av nya produkter och nytt katalogmaterial.
- ▶ Börsnotering den 19 juni 2002.
- ▶ Koncernintegrationen fördjupades och har speciellt inom området inköp varit framgångsrik.

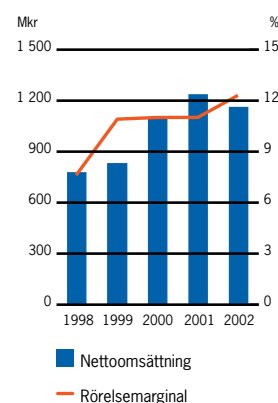
2003

- ▶ Förvärv av den danska kökstillverkaren Multiform A/S i februari 2003. Multiform är ett välkänt varumärke för högkvalitetsprodukter.

Nettoomsättning per geografisk marknad



Nettoomsättning och rörelsemarginal före goodwillavskrivningar



* Faktisk finansiell utveckling för åren 1998-2000 baseras på inte fullt ut reviderade räkenskaper.

Ballingslöv – hemmets hjärta

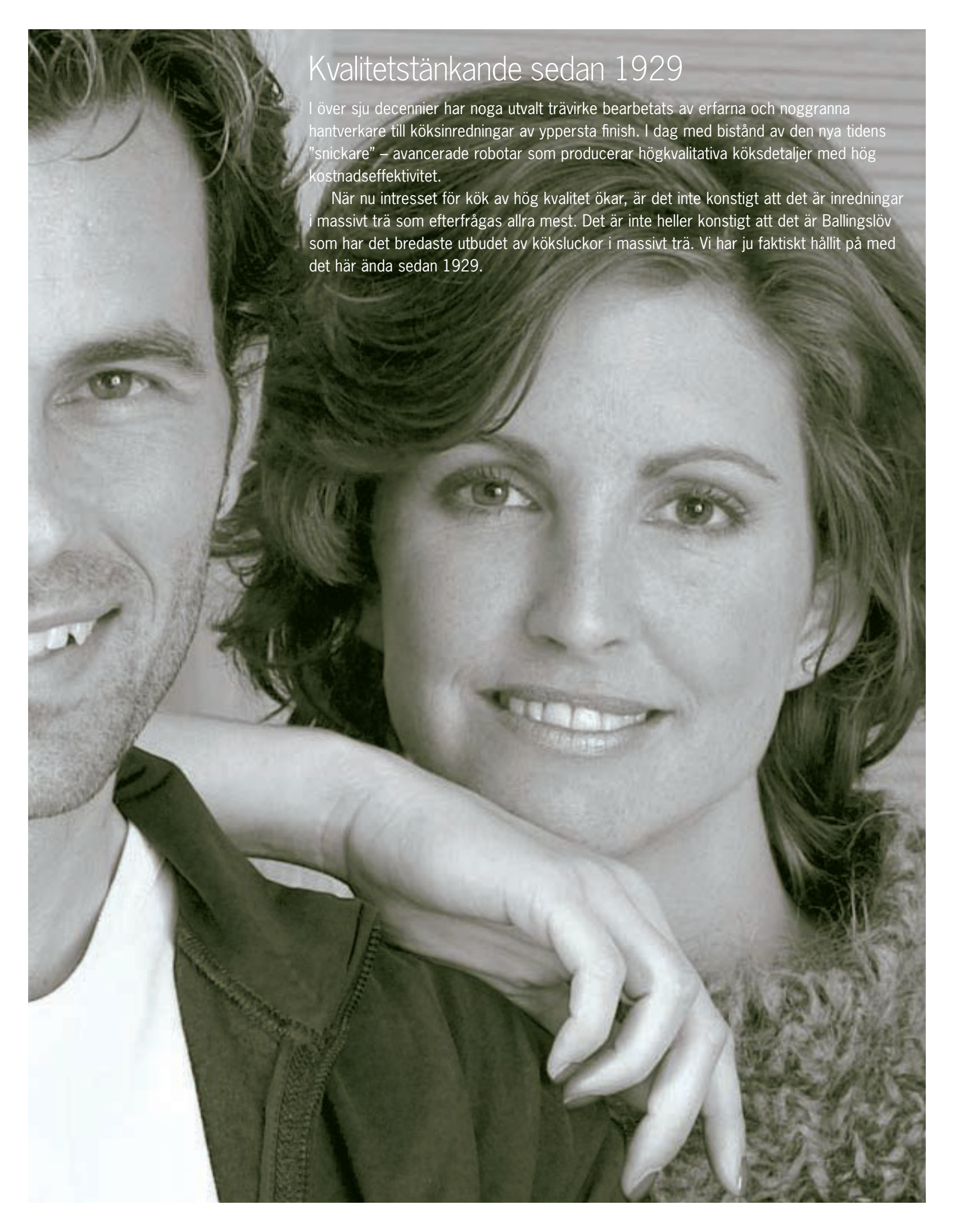
För inte så många år sedan var köket en ganska anonym plats. Ett rum för matlagning, som såg ungefär likadant ut i de flesta hem.

I dag har allt detta förändrats. Köket är numera hemmets centrum, en plats där man lever, läser, äter, arbetar, studerar, samtalar och – framför allt – umgås. I allt mer öppna planlösningar blir köket navet för hela hemmets verksamhet.

I takt med att kökets betydelse växer, stiger också intresset för planeringen och inredningen av köket. Den moderna människan vill ha ett kök som är anpassat efter hennes behov, livsstil och smak. Önskemål om individuella lösningar i såväl funktion som design blir allt viktigare att tillgodose. Därför väljer fler och fler att satsa på ett personligt kök av hög kvalitet och är därmed beredda att investera en större del av sin inkomst på köksinredning.

För oss på Ballingslöv är uppgiften att tillgodose kraven på hög kvalitet, god funktion, sofistikerad design och stora möjligheter till individuella kundlösningar. Med gedigna hantverkstraditioner, kombinerat med modern tillverkningsteknologi, namnkunniga designers, brett modellprogram och – inte minst – en väl utbyggd återförsäljarorganisation, står vi väl rustade att till fullo möta kundernas allehanda önskemål.





Kvalitetstänkande sedan 1929

I över sju decennier har noga utvalt trävirke bearbetats av erfarna och noggranna hantverkare till köksinredningar av yppersta finish. I dag med bistånd av den nya tidens "snickare" – avancerade robotar som producerar högkvalitativa köksdetaljer med hög kostnadseffektivitet.

När nu intresset för kök av hög kvalitet ökar, är det inte konstigt att det är inredningar i massivt trä som efterfrågas allra mest. Det är inte heller konstigt att det är Ballingslöv som har det bredaste utbudet av köksluckor i massivt trä. Vi har ju faktiskt hållit på med det här ända sedan 1929.



Köket – en del av min livsstil

Mitt kök ska inte vara någon dussinvara utan avspegla just min personlighet. Därför är möjligheterna till individuell utformning av köket ett avgörande kriterium för mitt val av tillverkare.

Ballingslöv har marknadens kanske största och bredaste utbud av köksinredningar i olika design och material. Hos Ballingslöv finns också stor variation av skåp och luckor i dimensioner som passar i nästan alla kök, liksom all tänkbar utrustning.

Därför är nästan inget Ballingslövkök det andra likt.







Design som svarar mot högt ställda krav

I den hårda konkurrensen om kunderna är den goda designen ett av Ballingslövs främsta vapen. Framstående och namnkunniga formgivare som Jonas Lindvall (bilden) och Elisabeth Rosenlund skapar för Ballingslöv köksinredningar som tillmötesgår kundernas högt ställda krav.

I Ballingslövs breda utbud finns traditionsrika kök, avantgardistiska kök och – tidlösa kök. Gemensamt för dem alla är den goda designen och att de alltid känns aktuella, även när de har åtskilliga år på nacken.

Det personliga mötet avgörande

Så många av våra drömmar och önskningar ska rymmas i det kök eller badrum vi väljer. Därför blir också valet av inredning och utrustning så betydelsefullt. I det valet har Ballingslövs återförsäljare den kanske allra viktigaste rollen. I det personliga mötet med kunden ska säljaren fånga upp önskemålen och omsätta dem till ett kök eller badrum som motsvarar kundens förväntningar. Därför har Ballingslöv byggt upp ett omfattande nät av fristående återförsäljare med mycket hög kompetens och möjlighet att visa upp Ballingslövs stora produktutbud.





Bästa aktieägare!

Den 19 juni 2002 gjorde Ballingslöv sin debut som börsföretag i och med noteringen på Stockholmsbörsens O-lista. Därmed blev Ballingslövaktien en av de få svenska nykomlingarna under det år som skulle visa sig bli ett av de dystrare börsåren på lång tid.

Men trots att börsen varit stämd i moll och konjunkturen fortsatt i samma tonart, har Ballingslövs verksamhet utvecklats positivt under 2002. Intresset för personligt inredda kök av hög kvalitet har fortsatt öka och i de skandinaviska länderna har vår organiska tillväxt överträffat marknadsutvecklingen inom det viktigaste segmentet, renovering och tillbyggnad. Totalt har Ballingslövkoncernens nettoresultat 2002 ökat med 20,6 procent till 64,5 Mkr (53,5).

Istället för att i traditionell form ge vd:s återblick på året som gått, vill jag ta er med på en kort "resa" genom Ballingslövs 74-åriga historia. På nästa uppslag berättar jag därför om några av milstolparna i vår historia – viktiga steg i Ballingslövs utveckling till att bli den framträdande tillverkare av köks- och badrumsinredningar vi är idag. Varje tillbakablick i historien är också utgångspunkt för en summering av de ansträngningar och glädjeämnen som dominerat verksamheten under det senaste året. Och – inte minst – de ambitioner och förväntningar vi har inför 2003.



NILS-ERIK DANIELSSON, KONCERNCHEF



Nils-Erik Danielsson i samtal med
produktionspersonal på Ballingslöv AB.



Tradition och förnyelse



På egen hand i många år

Ett nytt fönster till ett hus i byn, det var den första beställning som Albin Svensson fick när han grundat Ballingslövs Träförädling den 25 mars 1929. Under hans ledning växte Ballingslöv sig allt större och kom med tiden att helt specialisera sig på tillverkning av köksinredningar.

Några år efter Electrolux förvärv av Ballingslöv 1974 började vi även växa genom köp av andra företag i branschen. 1989 förvärvades bänkskiveproducenten DFI i Danmark, 1990 köptes brittiska KWP och 2000 införlivades danska kökstillverkaren JKE i Ballingslövkoncernen. I februari 2003 förvärvades danska kökstillverkaren Multiform.

Även framledes planerar Ballingslöv att genomföra förvärv i Norden och Storbritannien som kompletterar produktsortimentet eller distributionskanalerna.

Det första modulköket

Fram till början av 1940-talet ägnade sig Ballingslöv åt alla former av snickerier. Men 1941 fick Ballingslövs grundare Albin Svensson en framsynt idé och började tillverka färdigmonterade moduler, som kunde sättas samman efter kundernas önskemål. Den modulbaserade och standardiserade köksinredningen blev genast en framgång och lade grunden för den moderna serieproduktionen. Idag domineras försäljningen i Norden av hushåll som vill renovera eller bygga om sitt kök (ROT-segmentet). Tack vare den stora bredden och variationen i produktsortimentet i kombination med de starka återförsäljarnäten i Sverige, Danmark och Norge, är

Ballingslöv en av de tre största kökstillverkarna på alla de skandinaviska marknaderna. Utvecklingen



mot mer designade och personligt anpassade köksinredningar har också gynnat Ballingslöv, som bland annat har ett stort utbud av köksluckor i massivt trä. Detta har lett till att andelen exklusiva kök som säljs ökar och värdet på Ballingslövs produkter har ökat med 20 procent under den senaste treårsperioden. Under 2003 lanseras ytterligare köksserier med högt designinnehåll, samtidigt som antalet återförsäljare ökar, med fokus på specialisera de köksinredningsbutiker.

Först med det nya

1960-talet var nymodigheternas decennium då vi fick kök med flyttbara hyllor, lådor i plast och laminerade utanpåliggande luckor med magnetlås. Då, liksom nu, var Ballingslöv en pionjär inom köksutvecklingen. Skåpsidor



av massiv spån-skiva, invändigt målade skåp och Möbelfakta på kök – är några av de innovationer som Ballingslöv

varit först med genom åren. På samma sätt har tillverkningen successivt utvecklats, både när det gäller produktivitet och kvalitet.

Ballingslövs kök testas för att stå emot hårda påfrestningar. Våra lådor tål exempelvis en belastning på 30 kg i utdraget läge och säljs med tio års garanti. Den största och modernaste produktionsanläggningen inom koncernen är den 40 000 kvadratmeter stora fabriken i Ballingslöv. I Ballingslöv-anläggningen kombineras genuint hantverkskunnande med den senaste robottekniken. För att ännu bättre kunna tillmötesgå kraven i dagens kundorienterade produktion genomförs under 2001–2003 ett omfattande investeringsprogram som ytterligare ska förbättra flexibilitet, produktivitet och leveransservice. Bland koncernmålsättningarna för 2003 ingår bland annat att skapa en gemensam produktplattform för koncernens skandinaviska köksinredningar.

1929

1941

1960

Debut i Storbritannien

För första gången i Ballingslövs historia skedde ett förvärv utanför Norden, när brittiska kökstillverkaren, Kingfisher Wood Products Ltd, köptes 1990. Verksamheten består av ett fullservicekoncept omfattande snickerier, vitvaror och installation. Under 1999–2002 har Ballingslöv investerat drygt 30 Mkr i anläggningen i Storrington, tio mil söder om London, som under 2002 producerade totalt 150 000 skåp. Köksinredningarna säljs under varumärket Paula Rosa och den samlade försäljningen i Storbritannien stod under året för 32 procent av Ballingslövs omsättning. Under 2002 har den brittiska verksamheten drabbats av lönsamhetsproblem till följd av bland annat fördröjd installationsservice och långa leveranstider för vitvaror. Ökat fokus på installationsservicen, förstärkt marknadsorganisation och en reduktion av antalet vitvaruleverantörer är några av åtgärderna, som har högsta prioritet under 2003.



Stockholmsbörsens VD Kerstin Hessius och Nils-Erik Danielsson i Stockholmsbörsens lokaler på noteringsdagen den 19 juni 2002.

Till börsen

Efter 24 år inom Electrolux-koncernen och med de fyra sista åren i private equity-företaget EQT:s ägo, tog Ballingslöv i juni 2002 steget att bli ett börsnoterat företag. Ett viktigt motiv till börsintroduktionen, förutom att öka varumärkeskännedomen ytterligare, var att stärka koncernens möjligheter till förvärv bland annat med den egna aktien som betalningsmedel. I samband med introduktionen genomfördes också en nyemission. Sammantaget förbättrades därmed Ballingslövs möjligheter att aktivt kunna medverka i omstruktureringen av den nordeuropeiska köks- och badrumsmarknaden. Intresset för Ballingslövaktien var mycket stort och erbjudandet övertecknades sex gånger. Totalt har Ballingslöv nu omkring 1700 aktieägare.

Trots ett år med svag konjunktur har Ballingslöv fortsatt att ha en positiv utveckling under 2002. Nettoresultatet ökade med 20,6 procent till 64,5 Mkr (53,5), och även kassaflödet från den löpande verksamheten förbättrades till 96,6 Mkr (63,0). Rörelsemarginalen före goodwillavskrivningar har ökat till 12,3 procent (11,0).

Under 2003 prioriteras i första hand arbetet med att förbättra lönsamhet och kassaflöde i den brittiska verksamheten, samt att fortsätta den organiska tillväxten i Norden via bland annat successiv utbyggnad av distributionssystemet.

1990

2002

Affärsidé, mål och strategier

Produktbredd, design och kvalitet i fokus

AFFÄRSIDÉ

Ballingslövs affärsidé är att utveckla, tillverka och marknadsföra ett brett produktutbud av inredningar för kök, badrum och förvaring som utmärks av välkända varumärken, sofistikerad design och hög kvalitet.

VISION

Ballingslöv ska genom sina varumärken, vältäckande distributionsnätverk, kompetenta medarbetare och ett brett produktutbud med hög kvalitet och god design, vara en av de ledande kökstillverkarna i Europa.

VERKSAMHETSSTRUKTUR

Verksamheten är organiserad efter Ballingslövs kärnmarknader: Skandinavien och Storbritannien. Affärsmodellen skiljer sig mellan Skandinavien och Storbritannien avseende marknadssegment, produktmix, tjänsteinnehåll och distributionskanal.

STRATEGI

Ballingslöv arbetar efter följande strategiska riktlinjer:

- ▶ Att kontinuerligt investera i och utveckla bolagets varumärken.
- ▶ Att erbjuda produkter genom ett väletablerat fristående distributionsnätverk med kompetenta säljare och en hög servicenivå till slutkund.
- ▶ Att genom systematisk produktutveckling kontinuerligt erbjuda ett brett produktutbud med hög kvalitet och sofistikerad design.
- ▶ Att förbättra koncernens effektivitet genom ökad samordning, integration och benchmarking inom inköp, produktutveckling, produktion och IT.
- ▶ Att attrahera och bibehålla kompetent personal genom att erbjuda en utvecklande arbetsplats.
- ▶ Förvärv ska ske med geografiskt fokus på, i först hand, Norden och Storbritannien och vara kompletterande avseende produktsortiment eller distributionskanal.

FINANSIELLA MÅL

ORGANISK TILLVÄXT

Den årliga organiska tillväxten i genomsnitt över en konjunkturcykel ska uppgå till lägst 5 procent.

Ballingslövs genomsnittliga organiska tillväxt uppgick under den senaste fyraårsperioden till 4,1 procent, exklusive valutakurseffekten.

RÖRELSEMARGINAL

Rörelsemarginalen före goodwillavskrivningar (EBITA) ska uppgå till lägst 12 procent.

Ballingslövs rörelsemarginal före goodwillavskrivningar uppgick 2002 till 12,3 procent.

RÄNTETÄCKNINGSGRAD

Räntetäckningsgraden ska överstiga 4,0 gånger.

Ballingslövs räntetäckningsgrad uppgick 2002 till 5,0 gånger.

SOLIDITET

Soliditeten ska uppgå till lägst 30 procent.

Soliditeten uppgick per 31 december 2002 till 42,8 procent.

Fortsatt positiv resultatutveckling

NETTOOMSÄTTNING

Koncernens nettoomsättning uppgick under 2002 till 1 159,6 Mkr (1 233,9), en minskning med 6,0 procent. Exklusive valutaeffekter minskade omsättningen cirka 5 procent.

Nettoomsättningen i Skandinavien uppgick till 793,8 Mkr (765,4) och i Storbritannien till 365,8 Mkr (468,5). Omsättningsutvecklingen bedöms ha varit något bättre än marknadsutvecklingen i Skandinavien och sämre än marknadsutvecklingen i Storbritannien.

RESULTAT

Koncernens rörelseresultat före goodwillavskrivningar uppgick till 142,2 Mkr (135,2), en ökning med 5,2 procent från föregående år. Rörelsemarginalen före goodwillavskrivningar uppgick till 12,3 procent, vilket är något över vårt mål om en marginal på 12,0 procent.

Rörelseresultatet före goodwillavskrivningar i Skandinavien uppgick till 131,7 Mkr (108,0) och i Storbritannien till 10,5 Mkr (27,2).

Resultatet efter finansiella poster uppgick till 99,4 Mkr (84,9), en ökning med 17,1 procent från föregående år. Nettoresultatet uppgick till 64,5 Mkr (53,5), en ökning med 20,6 procent från föregående år. Valutaeffekter har haft en svagt negativ effekt på resultatet.

Den positiva resultatutvecklingen är bland annat hänförlig till högt kapacitetsutnyttjande i de skandinaviska fabrikererna, samt sänkta kostnader som

uppnåtts genom pågående samordningsåtgärder inom koncernen. Vidare har produkt- och försäljningsmixen fortsatt att utvecklas gynnsamt.

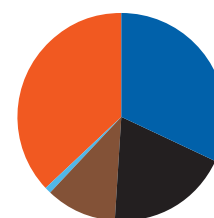
VIKTIGA HÄNDELSE

- Fortsatt god tillväxt i Skandinavien.
- Tillbakagång i Storbritannien både tillväxt- och resultatmässigt.
- Förstärkta marknadspositioner inom flera geografiska områden i Skandinavien.
- Lansering av nya produkter och nytt katalogmaterial.
- Börsnotering i juni.
- Koncernintegrationen fördjupades och har speciellt inom området inköp varit framgångsrik.

PRIORITERINGAR INFÖR 2003

- Effektivt integrera den danska kökstillverkaren Multiform A/S, som förvärvades i februari 2003.
- Öka antalet återförsäljare, framförallt antalet köksinredningsbutiker i tätorter.
- Öka utbildningsresurserna riktade mot återförsäljarna.
- Genomföra förvärv som är kompletterande vad gäller produktsortiment eller distributionskanal. Geografiskt fokus är Norden och Storbritannien.
- Ytterligare integrera verksamheterna och öka användandet av "best practice" inom produktutveckling, produktion, inköp och IT.
- Förbättra lönsamhet och kassaflöde i den brittiska verksamheten.
- Effektivisera produktionsprocessen genom olika strukturåtgärder.

Nettoomsättning per geografisk marknad



- Sverige, 37 %
- Storbritannien, 32 %
- Danmark, 19 %
- Norge, 11 %
- Övriga, 1 %

INTÄKTER OCH RESULTAT 1998-2002

MKR	UTFALL				PROFORMA					
	2002	%	2001	%	2000	%	1999	%	1998	%
Nettoomsättning	1 159,6	–	1 233,9	–	1 100,4	–	988,8	–	931,1	–
Rörelseresultat före goodwillavskrivning (EBITA)	142,2	12,3 %	135,2	11,0 %	121,5	11,0 %	107,8	10,9 %	78,6	8,4 %
Rörelseresultat (EBIT)	119,1	10,3 %	111,9	9,1 %	99,4	9,0 %	86,0	8,7 %	56,9	6,1 %
Resultat efter finansiella poster	99,4	8,6 %	84,9	6,9 %	71,9	6,5 %	60,8	6,1 %	30,9	3,3 %
Nettoresultat	64,5	–	53,5	–	43,5	–	34,5	–	19,3	–

Nya krav driver utvecklingen

SKANDINAVIEN OCH STORBRIANNIEN HUVUDMARKNADERNA

Ballingslöv är huvudsakligen aktiv i Sverige, Danmark, Norge och Storbritannien. Den största delen av omsättningen härrör från den svenska och den brittiska verksamheten.

Av den skandinaviska marknaden för köksinredningar, som har ett producentvärde på drygt 5 miljarder kronor, svarar Sverige för cirka 40 procent, och Danmark och Norge för cirka 30 procent vardera. Ballingslövs ungefärliga marknadsandelar uppgår till 20, 10 respektive 7 procent på dessa marknader.

Producentvärdet av den brittiska marknaden för köksinredning uppgår till 9–10 miljarder kronor. Ballingslövs marknadsandel i Storbritannien är cirka 3 procent.

EN AV DE TIO STÖRSTA I EUROPA

Den europeiska köksinredningsbranschen omfattar drygt 2 000 producenter med totalt omkring 70 000 anställda. Tyskland, England och Italien är de största producentländerna. Av de tio största köksinredningsproducenterna i Europa är fem tyska och två svenska, varav Ballingslöv är en.

De europeiska köksinredningsföretagens exportandelar är relativt låga, cirka 10–15 procent i genomsnitt. Den internationella handeln ökar dock, bland annat beroende på den överkapacitet som finns i Mellaneuropa, framförallt i Tyskland.

Den europeiska marknaden präglas också av en ökad konsolidering. Stordriftsfördelarnas betydelse i kombination med begränsad organisk tillväxt och branschens fokusering på den inhemska marknaden, har fungerat som katalysator för förvävsaktiviteter bland producenterna.

BADRUMSINREDNINGAR – FRAGMENTERAD SKANDINAVISK MARKNAD

Inom badrumsinredningar är Ballingslöv enbart aktivt i Skandinavien. Marknaden är relativt fragmenterad och domineras av nationella tillverkare. Producentvärdet uppgår till omkring 1 miljard kronor. Svedbergs (Sverige), Vedum (Sverige),

Dansani, (Danmark), och Foss (Norge) tillhör de största tillverkarna i Skandinavien. Många kökstillverkare har också badrumsinredningar i sortimentet. IKEA, som använder sig av legotillverkare, är också en betydande aktör.

BÄNKSKIVOR

Ungefär 17 procent av Ballingslövs totala omsättning kommer från bänkskivor. Vanligtvis svarar bänkskivan för omkring 15 procent av det totala kökspriset. Viktiga drivkrafter på marknaden är design, material och funktion samt leveransservicegrad.

FRÅN PRODUCENTVARA TILL KONSUMENTPRODUKT

Sedan mitten av 1990-talet har kökets betydelse i hemmet förändrats. Köket har fått en mer central roll och har blivit en plats där man inte bara lagar mat – utan framförallt umgås. Detta har fört med sig ett ökat intresse för anpassade kökslösningar och att en större del av konsumenternas disponibla inkomst läggs på köksinredning. Ytterligare faktorer som driver på utvecklingen är ett allmänt ökat intresse för inredning och design, samt att slutkunderna på nybyggnationsmarknaden idag i större utsträckning kan påverka valet av köksinredning.

För Ballingslöv har utvecklingen bland annat inneburit ökad efterfrågan på kök i exklusiva material. Design och individuell anpassning har också alltmer kommit i centrum för utvecklingen. I ekonomiska termer har utvecklingen inneburit att värdet på Ballingslövs produkter de senaste tre åren har stigit med i medeltal cirka 20 procent, eller mer än 6 procent årligen, beroende på en mer gynnsam produktmix. Ett exempel på detta är att andelen köksinredningar i trä har ökat de senaste åren.

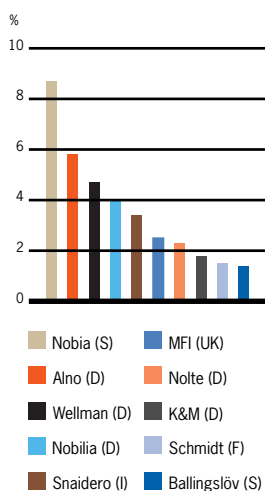
STABIL EFTERFRÅGAN

Försäljningen av köksinredningar korrelerar i stort med den generella efterfrågan på konsumentvarumarknaden, som i sin tur påverkas av räntenivåer, disponibel inkomst, BNP-tillväxt, arbetslöshetsnivå och konsumenternas framtidstro. Efterfrågan på köksinredning på den europeiska marknaden,



Bänkskivan, här i massivt trä, motsvarar vanligen omkring 15 procent av det totala kökspriset.

De tio största köksproducenterna i Europa



Marknad och trender

uttryckt i reala priser, har varit stabil sedan den höga tillväxten under slutet av 1980-talet.

Efterfrågan på badrumsinredningar påverkas av i stort samma faktorer som köksmarknaden.

KUNDERNA FINNS I TVÅ HUVUDSEGMENT

Marknaden för köks- och badrumsinredningar brukar delas upp i nybyggnation och ROT (renovering och tillbyggnad). ROT-segmentet står i allmänhet för 70–80 procent av marknaden på nationell nivå.

ROT-segmentet har historiskt varit det segment Ballingslöv främst arbetat mot och drygt 60 procent av omsättningen kommer från detta marknadssegment.

ROT-segmentets andel av totalmarknaden har ökat de senaste åren. Detta innebär att köksinredningstillverkare, i jämförelse med till exempel traditionella byggföretag, generellt är mindre känsliga för konjunktursvängningar.

ÅTERFÖRSÄLJARNÄTET VIKTIGT

Återförsäljarnätet är en nyckelfaktor för tillverkare av såväl köks- som badrumsinredning. Ett väl utvecklat återförsäljarnät med attraktiva utställningslokaler och kompetent personal utgör en betydande konkurrensfördel.

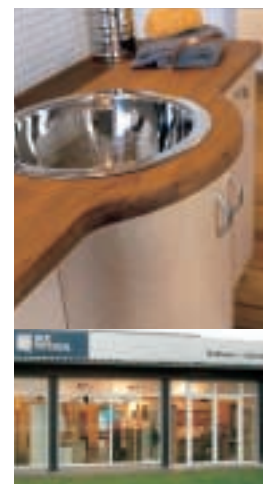
En av de enskilt viktigaste konkurrensfördelarna i kampen om de bästa återförsäljarna är det breda produktutbudet. Detta ger återförsäljarna möjlighet att attrahera olika kundsegment och erbjuda valfrihet för kunden samtidigt som återförsäljaren har de logistiska fördelarna med att endast ha en leverantör.

I Europa säljs köksinredningar till konsumenterna via tre huvudsakliga försäljningskanaler: möbelaffärer, köksinredningsbutiker samt byggmaterialhandeln.

Köksinredningsbutiker är specialiserade på försäljning av köksinredningar. Personalens kompetensnivå är i allmänhet något högre än i andra försäljningskanaler. På de skandinaviska marknaderna är köksinredningsbutikernas betydelse störst i Danmark och Norge. Köksinredningsbutikernas betydelse ökar allmänt, särskilt i storstadsregionerna.

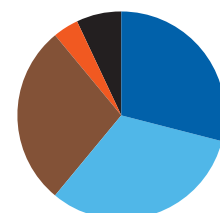
Byggmaterialhandeln säljer framför allt byggnadsmaterial, men erbjuder ofta även andra produkter, exempelvis köks- och badrumsinredningar. Byggmaterialhandeln är en viktig säljkanal på de skandinaviska marknaderna, särskilt i Sverige där byggmaterialhandeln ofta utvecklat särskilda avdelningar (s.k. shop-in-shop) för försäljningen av köks- och badrumsinredningar.

Bland övriga kanaler märks vitvarubutiker, vvs-butiker, järnhandlare, husfabriker samt direktförsäljning till byggtreprenörer.



JKE Design A/S har i Danmark en välprofilerad kedja av exklusiva butiker för kök och bad.

Nettoomsättning uppdelad per distributionskanal



Köksinredningsbutiker, 32 %
Byggmaterialhandel, 29 %
Byggtreprenörer, 28 %
Övriga, 7 %
Husfabriker, 4 %

MARKNADERNA FÖR KÖK, BADRUM OCH BÄNKSIVOR

KÖK

Värdet av den europeiska marknaden för köksinredningar beräknas uppgå till cirka 100 miljarder kronor i producentvärde, motsvarande cirka 4,2 miljoner kök. I Skandinavien bedöms marknaden uppgå till omkring 5 miljarder kronor i producentvärde, och i Storbritannien till omkring 10 miljarder kronor.

BADRUM

Det totala värdet av marknaden för badrumsinredningar i Skandinavien, uppskattas till cirka 1 miljard kronor i producentvärde. Detta värde exkluderar övriga badrumsprodukter såsom sanitetsporslin, duschväggar, kabiner och badkar.

BÄNKSIVOR

I Skandinavien uppgår marknaden för bänkskivor till 800–900 Mkr mätt i producentvärde. Ofta ingår bänkskivetillverkare i köksinredningskoncerner. I övrigt är branschstrukturen i denna nisch fragmenterad.

Marknad och Trender

	Marknadsstorlek	
Sverige	Marknaden för köksinredning omsätter cirka 2 miljarder kronor i producentvärde, fördelat på drygt 100 000 sålda kök. ROT-segmentet, som utgör cirka 80 procent av marknaden, har under de senaste åren ökat stadigt, medan nybyggnationen har varit konstant. Marknaden för badrumsinredningar omsätter cirka 400 Mkr i producentvärde. Många av kökstillverkarna, inklusive Ballingslöv, säljer också badrumsinredningar.	
Danmark	Marknaden för köksinredningar beräknas omsätta cirka 1,5 miljarder kronor i producentvärde, fördelat på omkring 70 000 sålda kök årligen. ROT-segmentet, vilket utgör cirka 80 procent av marknaden, har under senare år haft en svag tillväxt. På den danska marknaden har designen en framträdande roll. Danska köksinredningar utmärks i allmänhet av en relativt hög grad av design med influenser från kontinenten. Den danska marknaden för badrumsinredningar beräknas omsätta cirka 300 Mkr i producentvärde. Många av de större aktörerna är också köksinredningstillverkare.	 
Norge	Köksinredningsmarknaden beräknas omsätta cirka 1,6 miljarder kronor i producentvärde, fördelat på omkring 80 000 sålda kök. Efter några års nedgång, framför allt inom nybyggnationssektorn, har marknaden haft en god utveckling sedan 1996. Jämfört med Sverige och Danmark utgör nybyggnationssegmentet i Norge en större andel av totalmarknaden. Marknaden för badrumsinredningar beräknas omsätta cirka 300 Mkr i producentvärde.	 
Storbritannien	Köksinredningsmarknadens producentvärde uppgår till omkring 10 miljarder kronor. Totalt säljs cirka 700 000 kök årligen. Marknaden kännetecknas av en relativt stor andel ej fabriksmonterade lågpriskök, så kallade flatpacks, som svarar för mer än 50 procent av den totala försäljningen. Ballingslöv är i huvudsak verksamt inom segmentet privat nybyggnation, vilket utgör omkring 15 procent av den totala brittiska marknaden. Den brittiska högkonjunkturen under de senaste åren har medfört en växande efterfrågan på köksinredningar, inom både ROT- och nybyggnationssegmenten.	

Marknad och Trender

	Försäljningskanaler	Marknadsposition och konkurrenter	Utsikter
	Bygghandeln är den dominerande distributionskanalen för köksinredningar. Cirka 700 bygghandlare svarar för 35–40 procent av försäljningen av köksinredningar. Den återstående försäljningen fördelas på köksinredningsbutiker, vitvarubutiker, byggvaruhus, möbelvaruhus, husfabriker samt direktförsäljning till byggtreprenörer. Den svenska köksbranschen utmärks i ett europeiskt perspektiv av en hög konsolideringsgrad.	Ballingslöv, Marbodal (ägs av Nobia) och IKEA är de tre ledande varumärkena i Sverige. Tillsammans står de för cirka två tredjedelar av den svenska marknaden.	Enligt Prognoscentret kommer köksförsäljningen inom ROT-segmentet öka med 2–3 procent under 2003 jämfört med 2002. Antalet nya bostäder som byggs förväntas av Sveriges Bygginstitut att ligga på ungefär samma nivå 2003 som 2002.
	Försäljningen av köksinredningar mot konsument domineras av köksinredningsbutiker, vilka svarar för över hälften av försäljningen. Dessa är vanligen franchiseföretag eller ägs av producenter. Bygghandeln svarar för omkring 25 procent av försäljningen.	Den danska kökstillverkningsindustrin är konsoliderad. Ballingslöv är den tredje största producenten med en marknadsandel på köksinredningar om cirka 10 procent. Störst på den danska marknaden är Nobia, med en marknadsandel på omkring 40 procent. Dansani är den ledande aktören på badrumsmarknaden.	För 2003 förväntas marknaden värdemässigt öka med omkring 2–3 procent.
	Jämfört med Sverige och Danmark utgör nybyggnadssegmentet i Norge en större andel av totalmarknaden. Köksinredningsbutikerna, som har ökat i betydelse de senaste åren, är den dominerande återförsäljarkanalerna.	Norge är relativt sin storlek en av Europas största importörer, med en importkvot på cirka 40 procent av den totala kökskonsumtionen. Ballingslöv är den näst största aktören med en marknadsandel om cirka 8 procent. Den ledande aktören inom badrumsinredningar är Foss.	Marknadssituationen förväntas enligt Prognoscentret förbli fortsatt gynnsam under 2003, och en värdemässig tillväxttakt på omkring 3–4 procent förutspås för såväl nybyggnation som ROT-segmenten.
	Återförsäljarna av köksinredning är huvudsakligen köksinredningsbutiker, möbelfärre och bygghandlare. På den brittiska köksmarknaden driver vissa tillverkare såsom marknadsledande MFI och Magnet (ägs av Nobia), egna distributionsnätverk.	Den brittiska kökstillverkningsindustrin har en relativt liten export/importandel, motsvarande cirka 7 procent av produktionen. Branschen är relativt konsoliderad; de tio största producenterna står för cirka 70 procent av den totala försäljningen. Många av producenterna tillhör industrikoncerner eller stora företag med diversifierad produktion. Segmentet privat nybyggnation, där Ballingslöv huvudsakligen är verksam, domineras av tre aktörer: Symphony, Moores och Ballingslöv genom varumärket Paula Rosa. Tillsammans svarar dessa tre för närmare 70 procent av nybyggnadssegmentet. Ballingslöv har en stark position i södra och mellersta England medan Symphony och Moores är väletablerade över hela England.	Under 2003 förväntas nybyggnadssegmentet ligga på ungefär samma nivå som 2002, enligt Construction Forecast & Research.

Ballingslövs erbjudande

Bredden ger styrka

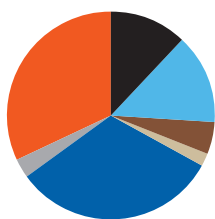


Ballingslövs produktion sker i egna anläggningar i Sverige, Danmark och Storbritannien.



Badrumsinredningarna utgör en mindre, men växande del av Ballingslövs omsättning.

Nettoomsättning uppdelad per varumärke



■ Ballingslöv, 32 %
■ Paula Rosa, 32 %
■ JKE, 14 %
■ DFI, 12 %
■ Drømmekjøkkenet, 5 %
■ SweNova, 3 %
■ ABT, 2 %

Ballingslöv arbetar med en uppsättning starka varumärken, riktade mot olika målgrupper. Både sortiment och arbetssätt skiljer sig delvis åt mellan de marknader vi agerar på.

Köksinredningarna från Ballingslövs svenska fabrik marknadsförs under varumärket Ballingslöv i Sverige, ABT i Danmark, och Drømmekjøkkenet i Norge. På samtliga dessa marknader säljer vi också köks- och badrumsinredningar från JKE Design och bänkskivor från DFI. I Danmark säljs även bänkskivor från Danlamin. I Sverige saluför vi dessutom köksinredningar under varumärket SweNova. Badrumsinredningar marknadsförs under varumärket Ballingslöv i de skandinaviska länderna. I Storbritannien marknadsför vi köksinredningar från Paula Rosa.

BALLINGSLÖV, ABT, DRØMMEKJØKKENET OCH SWENOVA
Tillverkningen av köksinredningar med varumärkena Ballingslöv, ABT, Drømmekjøkkenet, och SweNova sker i Ballingslöv i Skåne.

I Sverige är Ballingslöv med en marknadsandel på omkring 20 procent ett av de ledande köksföretagen.

Ballingslövs sortiment tillhör marknadens mest utvecklade. Bredden och flexibiliteten ger stora möjligheter till individuell kundanpassning och är ett av våra främsta konkurrensmedel. Sortimentet och välutbildade återförsäljare gör att vi kan tillfredsställa varje enskilt kundönskemål. Det breda sortimentet är också en viktig faktor när vi knyter till oss nya, framförallt exklusiva, återförsäljare.

Sortimentet har sitt fokus från medelnivå och uppåt. De typiska kunderna tillhör vanligen åldersgruppen över 40. Målgrupperna för Ballingslöv skiljer sig inte nämnvärt mellan Sverige, Norge och Danmark.

Utmärkande för Ballingslövs kök är den stora andelen köksluckor i massivt trä. Ballingslöv erbjuder träluckor i ask, björk, bok, ek, fur och körsbär. Ballingslövs gedigna kunskaper på området är en viktig konkurrensfördel, särskilt som efterfrågan på kök med träluckor stadigt ökat det senaste decenniet.

Inom varumärkena tillverkade i Ballingslöv

lanseras vanligen fyra till fem nya köksinredningsserier årligen.

Köksinredningarna från SweNova, som endast marknadsförs i Sverige, har en positionering som liknar Ballingslövs när det gäller kvalitet och design. SweNova säljs genom ett 60-tal återförsäljare.

BADRUMSINREDNINGAR

Ballingslövs badrumsinredningar har en positionering som stämmer överens med köksinredningarna när det gäller kvalitet och design.

Badrumsinredningar motsvarar mindre än 10 procent av Ballingslövs totala omsättning.

PAULA ROSA

Paula Rosa är vårt varumärke i Storbritannien, och är med ungefär 15 procent av den privata nybyggnadsmarknaden en av de ledande köksfabrikanterna. Varumärket står för 32 procent av Ballingslövs försäljning.

Paula Rosa profilerar sig genom ett relativt högt designinnehåll. Paula Rosa lanserar vanligen tre till fem nya köksinredningsserier årligen. De nyutvecklade köksinredningsserierna ges successivt en mer kontinental profil för att möta förändrade kundpreferenser i Storbritannien.

JKE DESIGN

JKE Design, en av Danmarks ledande köksfabrikanter, förvärvades av Ballingslöv under 2000. Närmare två tredjedelar av försäljningen går till kunder i Danmark, en tredjedel till Norge och en än så länge liten del till Sverige. Marknadsandelarna är 6–7 procent i Danmark och 3–4 procent i Norge. JKE Designs försäljning motsvarar 14 procent av Ballingslövs omsättning.

JKE Designs erbjudande kännetecknas av hög kvalitet och modern design, och är liksom köksinredningar från Ballingslöv positionerat inom prissegmenten mellannivå och uppåt. JKE:s kök, som främst är tillverkade i trä och laminat, präglas av stor flexibilitet och kunderna kan kombinera produkterna på många olika sätt. Två till tre nya

Ballingslövs erbjudande

köksinredningsserier lanseras årligen. JKE avser att bredda produkterbjudandet framöver.

JKE Designs badrumsinredningar har en positionering som liknar köksinredningarna beträffande kvalitet, produktutbud och design. Badrumsinredningarna från JKE Design säljs i Danmark och Norge genom JKE:s köksåterförsäljare.

DFI

DFI står för cirka 70 procent av Ballingslövs försäljning av bänkskivor. Försäljningen motsvarar 12 procent av Ballingslövs totala omsättning. DFI har ett mycket brett produkterbjudande med ett prisspann från mellannivå och uppåt.

Utbudet omfattar primärt laminatskivor och skivor i massivt trä. DFI erbjuder stora möjligheter till individuell kundanpassning. Ungefär hälften av bänkskivorna är gjorda av massivt trä, ett populärt och växande segment. DFI säljer även bänkskivor i stål, kompositmaterial och terazzo/betong vilka har en liten men ökande marknadsandel.

DANLAMIN

Danlamin bänkskivor säljs enbart på den danska marknaden och utgör cirka 15 procent av Ballingslövs totala försäljning av bänkskivor.

Danlamin har ett snävare produktutbud än DFI och är prismässigt positionerat på mellannivå.

Bänkskivorna är huvudsakligen tillverkade i laminat. Kunderna är främst byggmaterialhandlare.

DESIGN OCH PRODUKTUTVECKLING

Centralt i Ballingslövs strategi är att erbjuda ett brett produktsortiment med sofistikerad design och i hög kvalitet. Produktutvecklingen sker i huvudsak på dotterbolagsnivå för att passa varje varumärkes specifika kundbas. Ballingslöv strävar dock efter en ökad samordning av varumärkenas designarbete för att minska antalet produktplattformar.

I takt med att Ballingslövs produkter alltmer blivit en konsumentvara, har också sättet att arbeta med produktutveckling förändrats. Design och funktion är idag några av de viktigaste konkurrensmedlen. Lyckad design har stor betydelse för försäljningen, och Ballingslöv har därför ett omfattande och effektivt samarbete med externa arkitekter och designers.

Produktutvecklingsarbetet leds av produktråd i de tillverkande dotterbolagen. Dessa består av fem till tio personer från bland annat företagsledning, produktions-, försäljnings- och inköpsavdelningarna.

MARKNADSFÖRING

Ballingslöv arbetar genom flera kanaler för att öka varumärkeskännedomen och stärka profileringen av varumärkena. På samtliga marknader är produktkatalogen en viktig del i marknadsföringen. I Sverige ges katalogen "Köksmagasinet" ut varje år med en upplaga på 150 000–200 000 exemplar. Utöver annonsering i dags- och fackpress, arbetar Ballingslöv också med tv- och radioreklam samt idrottssponsring. Användandet av internet som informations- och marknadsföringskanal mot kunderna ökar, och bedöms få ytterligare betydelse i framtiden. Mässor och branschutställningar är andra viktiga marknadsföringskanaler.

FÖRSÄLJNING OCH DISTRIBUTION

Ballingslöv säljer främst via fristående återförsäljare, som i sin tur bearbetar slutkunderna, men också till byggtreprenörer. I Stockholm, Oslo och Bergen äger Ballingslöv fyra köksinredningsbutiker, som på sikt ska omvandlas till franchisebutiker. Ballingslöv har ingen avsikt att i framtiden bedriva återförsäljarverksamhet.

Ballingslöv stärker kontinuerligt distributionsnäten genom att etablera nya återförsäljare i attraktiva affärsområden och öka andelen exklusiva återförsäljare. Här är det breda produktutbudet en viktig konkurrensfördel. Det ger återförsäljarna möjlighet att attrahera flera kundsegment samtidigt som de får de logistiska och kunskapsmässiga fördelarna med att endast ha en leverantör.

Ballingslöv har också ett omfattande utbildningsprogram, som bland annat omfattar CAD-teknik (Computer Aided Design). CAD-tekniken gör att återförsäljaren med datorns hjälp snabbt kan presentera köksinredningslösningar, direkt för kunden.

Attraktiva utställningskök är ett annat viktigt konkurrensmedel. Ballingslövs utställningskök utvecklas i nära samarbete med inredningsarkitekter och designers, och byts i genomsnitt ut vartannat år. Idag finns omkring 1 500 utställningskök hos de skandinaviska återförsäljarna.

Ballingslövs skandinaviska distributionssystem består av ca 1 600 återförsäljare, främst köksinredningsbutiker och byggmaterialhandlare. Majoriteten av återförsäljarna i Skandinavien säljer Ballingslövs köksinredningar på exklusiv basis. Den brittiska verksamheten säljer till ett nätverk av cirka 300 byggtreprenörer samt cirka 50 fristående återförsäljare.



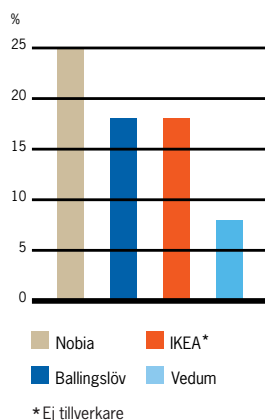
Ballingslöv satsar mycket på katalogmaterial, som är en viktig del i marknadsföringen. Handboken Köksinredaren fick pedagogikpriset i tävlingen Svenska Publishing-Priset 2001.

Lång erfarenhet inger förtroende



Luckor i massivt trä och trälaminerade stommar ökar i popularitet, och utgör en betydande del av Ballingslövs omsättning.

Uppskattade marknadsandelar på den svenska köksinredningsmarknaden mätt i värde



I Skandinavien sker försäljningen under varumärkena Ballingslöv och SweNova i Sverige, ABT i Danmark och Drømmekjøkkenet i Norge. JKE Design och DFI marknadsförs i samtliga länder. Huvuddelen av försäljningen går till ROT-segmentet. Återförsäljarnätet består av sammanlagt cirka 450 återförsäljare av köksinredningar och cirka 100 återförsäljare av badrumsinredningar samt ytterligare cirka 1 200 återförsäljare av bänkskivor. En stor andel av återförsäljarna är exklusiva.

SVERIGE

I Sverige sträcker sig produktsortimentet från mellan-nivå och uppåt. Varumärkena är Ballingslöv, SweNova, DFI samt, sedan hösten 2001, JKE Design. En relativt stor andel av försäljningen utgörs av köksinredningar med träluckor. Detta segment har ökat stadigt under senare år. Ballingslöv erbjuder träluckor i ask, björk, bok, ek, fur och körsbär. Ballingslövs långa erfarenhet av tillverkning av köksinredningar i trä ger god konkurrenskraft på detta område.

Allt fler exklusiva återförsäljare

I Sverige säljer Ballingslöv främst genom byggmaterialhandeln, som är den dominerande återförsäljarkanal för köksinredning. Köksinredningsbutikerna ökar i betydelse. Ballingslöv har därför också under senare år förstärkt sina positioner inom denna kanal.

Köksinredningar under varumärket Ballingslöv säljs genom ett nätverk av totalt cirka 250 återförsäljare. En mindre andel, knappt 5 procent av försäljningen i Sverige, utgörs av direktförsäljning till bygghandlaren.

Varumärket SweNova säljs genom 60 återförsäljare.

Bänkskivor från DFI säljs genom omkring 450 återförsäljare i Sverige, varav drygt 200 också är återförsäljare av köksinredningar från Ballingslöv. En del av försäljningen av bänkskivor från DFI går till övriga kökstillverkare i Sverige. DFI:s marknadsandel i Sverige är cirka 12 procent.

Sedan 2001 marknadsför Ballingslöv även varumärket JKE Design på den svenska marknaden. För närvarande säljs JKE Design genom tio köksinred-

ningsbutiker i Sverige. Inom ett par år avses antalet köksinredningsbutiker som säljer JKE Designs produkter utökas till mellan 20 och 25 stycken.

Expansionen ska ske i södra Sverige samt i Stockholm, Göteborg och Malmö.

Badrumsinredningar under varumärket Ballingslöv säljs, förutom genom köksåterförsäljare, också via cirka 100 badrumsinredningsdetaljister i Sverige.

Omkring 80 procent av återförsäljarna av köksinredningar från Ballingslöv i Sverige är exklusiva. Försäljningen sker framför allt till ROT-segmentet. Ballingslöv strävar efter att utöka återförsäljarnätet framför allt med exklusiva återförsäljare. Här är köksinredningsbutikerna i tätorterna en viktig kanal eftersom de har blivit alltmer sofistikerade när det gäller produktskytning, kreativa lösningar och betoning på kompletta kökssystem.

Arbetet mot kund

Det är viktigt för Ballingslöv att befinna sig nära slutkunderna. Därför försöker vi knyta återförsäljarna närmare till oss. Detta sker till exempel genom att utveckla koncepten för utbildning av försäljningspersonal, exponering, utställningar, skyltning, utformning av butikssystem etc. Butiksexponering och hög kompetens bland återförsäljare är viktigt för att ytterligare stärka kvalitetsuppfattningen och varumärkeskänningen av köksinredningar från Ballingslöv.

Sedan 1997 är köksinredningar från Ballingslövs svenska fabrik kvalitetscertifierade enligt ISO 9001 och miljöcertifierade enligt ISO 14001. Vissa bygghandlaren köper endast in certifierade varor vilket gör certifieringarna betydelsefulla. De bidrar också till att höja varumärkets kvalitetsansende.

Produktion Sverige

Tillverkningen i Sverige sker i Ballingslöv, i närheten av Hässleholm i Skåne. Här tillverkas luckor, skåpstommar, tillbehör och bänkskivor. Anläggningens yta uppgår till 40 000 kvadratmeter. Produktionen är djup och flexibel varigenom fabriken har kapacitet att tillverka Ballingslövs breda produktsortiment. Fabriken tillämpar enskift fem dagar i veckan.

Produktionen styrs dock på ett sådant sätt att fabriken kan driva två- och treskift på vissa områden när efterfrågan är särskilt stor. Kapacitetsutnyttjandet var under 2002 omkring 80 procent, vilket innebär att den nuvarande anläggningen utan investeringar kan klara en kapacitetsökning på 15–20 procent.

Leveranstiderna varierar beroende på det breda sortimentet och produkternas höga grad av kundanpassning och är vanligen mellan två till sex veckor.

Planerade investeringar

Produktionsutrustningen har generellt en god teknisk nivå. Ett pågående investeringsprogram för tiden 2001–2003 i storleksordningen 70 Mkr ska förbättra leveransservice, produktivitet och flexibilitet i Ballingslövs fabrik, för att möta kraven i dagens kundorienterade produktion, samt ytterligare höja produktkvaliteten.

Dessa investeringar avser bland annat ytbehandlingsutrustning, kantbearbetning och flerk Funktionsutrustning, för att minska ställtider och eliminera flaskhalsar i produktionen. Vid utgången av 2002 hade investeringar motsvarande cirka 40 Mkr av det pågående programmet genomförts.

ÅTERFÖRSÄLJARE SVERIGE

BALLINGSLÖV – KÖKSINREDNINGAR

250 återförsäljare, huvudsakligen byggmaterialhandlare. 5 procent av försäljningen utgörs av direktförsäljning till byggtreprenörer.

BALLINGSLÖV – BADRUMSINREDNINGAR

Cirka 100 badrumsinredningsdetaljister samt via köksåterförsäljarna.

SWENNOVA – KÖKSINREDNINGAR

60 återförsäljare.

DFI – BÄNKSIVOR

Cirka 450 återförsäljare, varav drygt 200 också är återförsäljare av köksinredningar från Ballingslöv.

JKE DESIGN – KÖKS- OCH BADRUMSINREDNINGAR

10 återförsäljare.

NORGE

I Norge marknadsförs varumärkena Drømmekjøkkenet, JKE Design och DFI. Drømmekjøkkenet, som är det norska varumärket för köksinredningar tillverkade av Ballingslöv säljs genom 47 återförsäljare i Norge.

Återförsäljarnätet

Specialiserade köksinredningsbutiker är den dominerande försäljningskanalen på den norska marknaden.

Cirka 90 procent av Ballingslövs försäljning under varumärket Drømmekjøkkenet i Norge sker via köksinredningsbutiker, medan byggmaterialhandelsandel av försäljningen uppgår till cirka 10 procent. Omkring 60 procent av återförsäljarna av Drømmekjøkkenet är exklusiva. Återförsäljarnätet i Norge har växt stadigt och Drømmekjøkkenets marknadsandel i Norge har ökat till 3–4 procent från att ha varit mindre än 1 procent för några år sedan.

Köksinredningar från JKE Design säljs genom cirka 45 återförsäljare. Ballingslöv äger även köksinredningsbutiker i Oslo och Bergen som marknadsför produkter från JKE Design. Badrumsinredningarna från JKE Design säljs i Norge genom köksåterförsäljarna.

Cirka 65 procent av omsättningen under varumärket JKE Design kommer från köksinredningsbutikerna och cirka 35 procent från byggmaterialhandeln. Ungefär hälften av återförsäljarna av köksinredningarna är exklusiva. JKE Designs marknadsandel i Norge uppskattas till 3–4 procent.

Bänkskivor från DFI säljs genom 160 återförsäljare i Norge. DFI:s marknadsposition i Norge har stärkts under senare år, och marknadsandelen uppgår idag till 6–7 procent.

ÅTERFÖRSÄLJARE NORGE

DRØMMEKJØKKENET – KÖKSINREDNINGAR

47 återförsäljare.

JKE DESIGN – KÖKS- OCH BADRUMSINREDNINGAR

45 återförsäljare.

DFI – BÄNKSIVOR

160 återförsäljare.

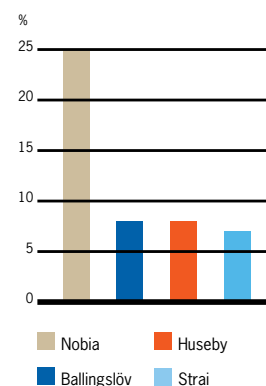
BALLINGSLÖV – BADRUMSINREDNINGAR

Säljs genom Drømmekjøkkenets återförsäljare.



Hantverkskunnande i kombination med modern produktionsteknologi är viktiga faktorer bakom Ballingslövs höga kvalitet.

Uppskattade marknadsandelar på den norska köksinredningsmarknaden mätt i värde



Verksamheten

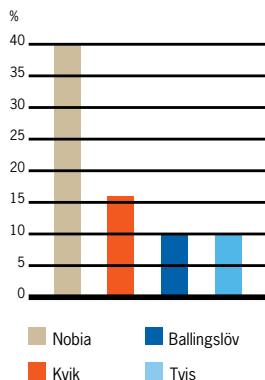
DANMARK

I Danmark marknadsförs varumärkena ABT, JKE Design, DFI och Danlamin. Ballingslöv tillverkar i Danmark de köks- och badrumsinredningar som säljs under varumärket JKE Design i såväl Danmark, Norge som Sverige.



Ballingslöv har ett brett sortiment av bänkskivor i material som massivt trä, laminat, stål, betong, granit med mera.

Uppskattade marknadsandelar på den danska köksinredningsmarknaden mätt i värde



Återförsäljarnätet

Specialiserade köksinredningsbutiker är den dominerande försäljningskanalen på den danska marknaden. Omkring 45 procent av försäljningen går via köksinredningsbutiker, medan ca 25 procent sker via byggmaterialhandeln.

ABT, som är det danska varumärket för köksinredningar tillverkade av Ballingslövs svenska fabrik, säljs genom cirka 25 återförsäljare i Danmark.

Köksinredningar från JKE Design säljs via 30 återförsäljare, primärt köksinredningsbutiker samtliga på exklusiv basis. JKE Design säljs främst till privatpersoner i ROT-segmentet och har en marknadsandel i Danmark om cirka 7 procent. Badrumsprodukterna från JKE Design säljs genom köksåterförsäljarna.

Bänkskivor från DFI säljs genom ett återförsäljarnät med cirka 500 distributörer, till övervägande delen köksinredningsbutiker och byggmaterialhandlare.

I Danmark är DFI:s marknadsandel, Danlamin inräknat, cirka 20 procent.

Varumärket Danlamin, som är positionerat i ett lägre prissegment än DFI, säljs uteslutande genom byggmaterialhandeln, cirka 250 återförsäljare. Dock köper majoriteten av dessa relativt små volymer. En lansering av Danlamin i Sverige och Norge utvärderas.

Produktion Danmark

Produktionen av köks- och badrumssnickerier i Danmark sker i JKE:s 7 000 kvadratmeter stora fabrik i Jerslev, norr om Ålborg. Tillverkningen av luckor och bänkskivor kontrakteras, JKE:s fabrik

har därmed en lägre förädlingsgrad än Ballingslövs svenska fabrik. JKE producerade cirka 90 000 skåp under 2002. JKE har normalt en leveranstid på tre till fyra veckor.

Tillverkningen av bänkskivor sker i DFI:s fabrik i Herning. Anläggningens storlek uppgår till cirka 8 000 kvadratmeter. Fabriken är utformad för optimal flexibilitet för att möjliggöra kundanpassade bänkskivor i ett mycket brett sortiment. I dagsläget drivs produktionen med tvåskift fem dagar i veckan. Under 2002 producerade DFI omkring 150 000 löpmeter bänkskivor.

De resultatförbättringar som skett i Herning de senaste åren är ett resultat av bland annat förstärkt marknadsanpassning, organisationsförändringar samt investeringar i ny produktionsutrustning.

Som ett resultat är standarden i anläggningen i Herning generellt sett hög.

ÅTERFÖRSÄLJARE DANMARK

ABT – KÖKSINREDNINGAR

Cirka 25 återförsäljare.

JKE DESIGN – KÖKS- OCH BADRUMSINREDNINGAR

Omkring 30 återförsäljare, primärt köksinredningsbutiker, samtliga på exklusiv basis.

DFI – BÄNKSKIVOR

Omkring 500 distributörer, till övervägande delen köksinredningsbutiker och byggmaterialhandlare.

DANLAMIN – BÄNKSKIVOR

Cirka 250 återförsäljare, samtliga inom byggmaterialhandeln.

BALLINGSLÖV – BADRUMSINREDNINGAR

Säljs genom ABT:s återförsäljare.

Verksamheten

STORBRITANNIEN

Ballingslövs brittiska verksamhet Kingfisher Wood Products Ltd. arbetar under varumärket Paula Rosa, och innefattar tillverkning och försäljning av köksinredningar, samt återförsäljarverksamhet för vitvaror och installationstjänster i ett så kallat one-stop-shop-koncept.

Paula Rosa är positionerat i prissegmenten från mellannivå och uppåt och säljs främst till privata nybyggnationssegmentet som utgör 90 procent av den brittiska verksamhetens omsättning. Försäljningen till ROT-segmentet har dock ökat i betydelse och utgör idag 10 procent av försäljningen.

Via underleverantörer erbjuder Paula Rosa även installationstjänster. Efterfrågan på dessa tjänster har ökat under senare år. Idag innefattar omkring 75 procent av Paula Rosas leveranser installations-tjänster. Hög servicegrad och ett komplett utbud är en viktig konkurrensfördel i nybyggnationssegmentet. Av försäljningen 2002 härrörde 13 procent från återförsäljning av vitvaror och 15 procent från installationstjänster. Vitvarorna köps sedan början av 2003 huvudsakligen från en leverantör.

Stark marknadsposition

Paula Rosas marknadsandel för köksinredningar i Storbritannien är omkring 3 procent. I det privata nybyggnationssegmentet är den cirka 15 procent. Paula Rosas position är stark i södra England, där marknadsandelen inom nybyggnation är omkring 30 procent.

Förutom försäljning till byggentreprenörer arbetar Paula Rosa alltmer också mot privatpersoner inom ROT-segmentet via fristående köksinredningsbutiker. Drygt 10 procent av försäljningen går via denna kanal, som väntas fortsätta öka i betydelse.

Kundbas

Kundbasen inom privat nybyggnation består av omkring 300 privata byggentreprenörer, främst i mellersta och södra England. Försäljningen till ROT-segmentet sker genom cirka 50 fristående köksinredningsbutiker.

Produktion

Produktionen sker i KWP:s fabrik i Storrington, West Sussex. Fabriksytan är cirka 18 000 kvadratmeter. Förädlingsgraden är lägre än i Ballingslövs fabrik i Sverige. Ungefär 60 procent av luckorna köps från externa leverantörer.

Investeringar på cirka 30 Mkr under perioden 1999–2002 har avsevärt förbättrat statusen på anläggningen. KWP producerade totalt 150 000 skåp under 2002, motsvarande 14 000–15 000 kök.

Åtgärder för att förbättra leveransservicegraden

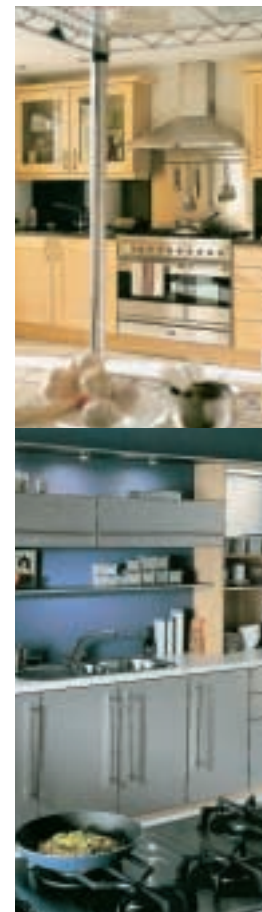
Leveransservicegraden var 2002 cirka 90 procent, vilket är otillfredsställande. Orsakerna var bland annat långa leveranstider för vitvaror och fördröjd installationsservice.

Målet är att leveransservicegraden ska uppgå till 95 procent 2003. Detta är av stor betydelse eftersom allt fler byggentreprenörer efterfrågar en paketslösning, "one-stop-shop", av köksinredningar, vitvaror och installation. Ett antal åtgärder pågår för att öka både produktivitet och leveransservicegrad bland annat förbättrad processtyrning, utbildning, investeringar i IT-system och ökat fokus på installationsservice.

Andra åtgärder är bland annat arbetet med sorteringsrationalisering som, utöver minskning av antalet vitvaruleverantörer, också innefattar andra tillköpta produktgrupper. Vid halvårsskiftet 2003 beräknas implementeringen av ett nytt ERP-system att avslutas, vilket bland annat kommer att effektivisera administrationen.

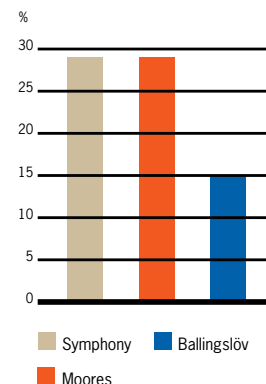
Framtid

I strategin för den brittiska verksamheten ingår att inom två till tre år fördubbla antalet återförsäljare och att ca 20 procent av försäljningen ska genereras via denna kanal.



Ballingslövs varumärke i Storbritannien – Paula Rosa – är prismässigt positionerat från mellannivå och uppåt.

Uppskattade marknadsandelar på det brittiska nybyggnationssegmentet mätt i värde



Miljö och medarbetare

Kompetens en nyckelfaktor

MILJÖ

Vi möter med god marginal miljökraven i samtliga länder vi idag är verksamma i.

Omsorgen om miljön och en anpassning av verksamheten så att den är i samklang med en hållbar utveckling är viktiga frågor för Ballingslöv. Miljöaspekterna väger därför tungt när vi successivt utvecklar våra produktionsanläggningar. Samtidigt ser Ballingslöv arbetet med att minska verksamhetens miljöpåverkan som ett försäljningsargument och ett sätt att ytterligare öka attraktionskraften i vårt erbjudande till kunderna. Med ett aktivt miljöarbete och genom att positionera Ballingslöv som ett miljövänligt företag kan vi långsiktigt stärka våra marknadspositioner.

Vi strävar efter att samtliga enheter inom Ballingslöv ska verka för en ekologiskt hållbar utveckling. Miljöarbetet bedrivs i huvudsak på enhetsnivå. Målet är att Ballingslövs miljöpåverkan, inom rimliga ekonomiska ramar, ska begränsas. Miljöarbetet ska vara en integrerad del av den dagliga verksamheten och därmed vara en ständig förändringsprocess.

Ballingslövs svenska fabrik är kvalitetscertifierad enligt ISO 9001 och miljöcertifierad enligt ISO 14001.

MEDARBETARE

Vår strävan att erbjuda kunderna individuellt anpassade och högkvalitativa köks- och badrumsinredningar innebär kontinuerligt ökade krav på Ballingslövs medarbetare. En kundorienterad företagskultur, där medarbetarna är engagerade, delaktiga och har stor förståelse för kundernas önskemål är därför en nyckelfaktor för Ballingslöv.

Inom Ballingslöv finns såväl en stark hantverks-tradition som stora tekniska kunskaper om de avancerade tillverkningsmaskiner som används i produktionen. Många av våra medarbetare har mycket lång erfarenhet från tillverkning av våra produkter.

Samtidigt som en växande del av produktionen utförs med alltmer sofistikerade och automatiserade tillverkningsmaskiner, kräver tillverkningen av våra mer exklusiva produkter hantverksskicklighet.

Kunskap, noggrannhet och erfarenhet är avgörande för kvalitet i hela vår produktion.

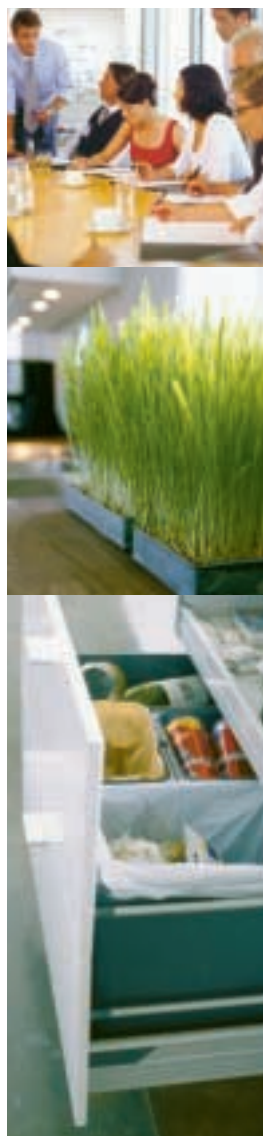
Medarbetarnas samlade kunskap är viktig när det gäller att utnyttja den kapacitet som våra moderna produktionsanläggningar erbjuder. Samtliga anställda utbildas därför kontinuerligt efter behov i teknik, IT, ledarskap och försäljning. I ett utvecklat system får medarbetare inom produktionen successivt lära sig fler moment i tillverkningen. Denna metod ger en högre samlad produktionskompetens och gör också tillverkningen mindre sårbar för enskilda medarbetares frånvaro.

Ballingslöv hade i slutet av 2002 totalt 821 medarbetare, varav 357 i Sverige, 256 i Storbritannien, 208 i Danmark.

Exempel på riktade utbildningsinsatser under året är bland annat den chefsutbildning för avdelningschefer som genomförts i Sverige. I satsningarna inför 2003 återfinns också aktiviteter för att öka kundorienteringen i organisationen.

MEDARBETARNAS ÅLDERSSTRUKTUR 2002

Ålder	Andel
16-25	10 %
26-35	25 %
36-45	29 %
46-55	21 %
56+	15 %
Totalt	100 %
varav män	75 %
varav kvinnor	25 %



Omsorgen om både medarbetarna och miljön är viktig för Ballingslöv.

VALUTAEXPONERING OCH POLICY

Omkring 65–70 procent av Ballingslövs fakturering sker i utländska valutor, i huvudsak brittiska pund, danska kronor och norska kronor. Inköp görs främst i euro, svenska kronor, danska kronor och brittiska pund. Ballingslövs resultat påverkas således av förändringar i växelkurser.

Nettoexponeringen av valutor, det vill säga relationen mellan inflöde och utflöde i respektive valuta, uppgår till cirka 6,6 miljoner euro (60,5 Mkr) (nettoutflöde), 74,2 miljoner norska kronor (87,9 Mkr) (nettoinflöde) samt 17,5 miljoner danska kronor (21,3 Mkr) (nettoinflöde). Ballingslöv har således en total valutaexponering om cirka 170 Mkr, motsvarande cirka 15 procent av nettoomsättningen. Ballingslövs finanspolicy syftar till att på ett kostnadseffektivt sätt minimera de finansiella risker som Ballingslöv är exponerat för och att säkerställa tillräcklig likviditet för den dagliga verksamheten. Den finansiella risken ska i första hand minimeras genom interna åtgärder såsom matchning av flöden, val av faktureringsvaluta och sammanvägning av ränterisker i placeringar/skulder samt i andra hand med hjälp av finansiella instrument. Av nettoflödena sex till tolv månader framåt valutasäkras 45–75 procent. Valutasäkring över 75 procent kan endast ske med finansiella instrument. Valutaterminer handlas av respektive dotterbolag medan övriga finansiella instrument såsom valutaoptioner endast får hanteras av koncernens ekonomidirektör. Handel med valutaterminer sker dock alltid med koncernens ekonomidirektörs godkännande. En uppställning som visar effekter av förändringar i de för Ballingslöv viktigaste valutorna finns under rubriken Känslighetsanalys i detta avsnitt.

GOODWILL OCH VARUMÄRKE

Per 31 december 2002 uppgick den konsoliderade goodwillposten till 350,7 Mkr. Goodwill skrivs av linjärt över 20 år, vilket ger en årlig goodwillavskrivning om cirka 22,3 Mkr. Avskrivningsperioden 20 år motiveras av att förvärv och omstruktureringar av bolag är en långsiktig strategi och att förvärven innehåller för Ballingslöv väsentliga

varumärken. Goodwillposten är bokförd i Ballingslöv International och KWP. Det totala anskaffningsvärdet för koncernens goodwill är 436,9 Mkr. Goodwill skrivs av i svenska kronor, danska kronor samt brittiska pund och följdaktligen kan den totala årliga goodwillavskrivningen variera något i den konsoliderade redovisningen till följd av valutakursförändringar. Utöver goodwill har koncernen immateriella tillgångar i form av varumärken bokförda i Ballingslöv AB. Denna post uppgick per 31 december 2002 till 0,4 Mkr och skrivs av linjärt över fem år med en årlig varumärkesavskrivning om 0,8 Mkr. Varumärket aktiverades i balansräkningen i samband med att Ballingslöv International AB (dåvarande Ballingslöv Holding AB) köpte ut verksamheten från Electrolux 1998.

KÄNSLIGHETSANALYS

Ballingslövs resultat påverkas bland annat av volymförändringar i försäljningen, av prisutvecklingen på insatsmaterial samt av utvecklingen av de för Ballingslöv viktigaste valutorna, det vill säga danska kronor, norska kronor och euro. Nedanstående tabell redogör för hur resultatet före skatt påverkas av förändringar av de viktigaste parametrarna. Redovisade effekter baseras på förhållanden under 2002 och ska ge en indikation på hur resultatet efter finansnetto påverkas vid en isolerad förändring av respektive parameter.¹⁾

Tabellen redovisar endast transaktionseffekter av valutakursförändringar och ej bokföringsmässiga effekter till följd av förändringar i valutakurser vid koncernens konsolidering.

Effekt på resultat

PARAMETER	FÖRÄNDRING	FÖRE SKATT, MKR
Nettoomsättning	+/- 1 %	+/- 4,0
Inköpskostnader	+/- 1 %	-/+ 4,0
Lönekostnader	+/- 1 %	-/+ 3,0
DKK/SEK	+/- 1 %	+/- 0,2
NOK/SEK	+/- 1 %	+/- 0,7
EUR/SEK	+/- 1 %	-/+ 0,6
Räntenivå	+/- 1%-enhet	-/+ 3,0

1) Exempelvis får en ökning av kursen NOK/SEK, det vill säga en förstärkning av den norska kronan relativt den svenska kronan, en positiv effekt på Ballingslövs resultat då bolaget har ett nettoinflöde av norska kronor.

Ballingslövaktien

Ballingslövaktien noterades vid Stockholmsbörsens O-lista den 19 juni 2002 efter en nyemission om 1 250 000 aktier. Försäljningspriset uppgick till 64 kronor per aktie. En börspost består av 200 aktier.

AKTIEKAPITAL

Ballingslövs aktiekapital uppgår till 21 451 516 kronor fördelat på 10 725 758 aktier. Varje aktie berättigar till en röst och varje röstberättigad får vid bolagsstämman rösta för fulla antalet ägda och företrädda aktier utan begränsning i rösträtten. Alla aktier har lika rätt till andel i Ballingslövs tillgångar och vinst.

KURsutVECKLING OCH OMSÄTTNING

Ballingslövs börsvärde uppgick vid årets utgång till 589,9 Mkr. Kursen på aktien har sjunkit med 13,4 procent sedan noteringen den 19 juni 2002. Under motsvarande period har Affärsvärldens Generalindex sjunkit med 18,2 procent. Under året noterades den högsta stängningskursen till 68 kronor den 2 juli 2002 och den lägsta stängningskursen till 49 kronor den 9 och 10 oktober 2002, mätt som senast betalt.

Under 2002 omsattes 4 944 634 Ballingslövaktier motsvarande 46,1 procent av kapital och röster. Handel i aktierna förekom samtliga börsdagar och den genomsnittliga omsättningen per börsdag var 37 745 aktier. Omsättningshastigheten, det vill säga aktiens likviditet på Stockholmsbörsen, uppgick till i genomsnitt 47 procent under perioden juli–december 2002 jämfört med i genomsnitt 64 procent för O-listan.

AKTIEÄGARE

Mellan 1974 och 1998 var Ballingslöv ett helägt dotterbolag till AB Electrolux. I juli 1998 förändrades ägarbilden då investerarna

bakom riskkapitalfonden EQT Scandinavia I förvärvade Ballingslöv. I samband med ägarspridningen och noteringen 2002 erhöll Ballingslöv cirka 1 200 aktieägare.

Antalet aktieägare vid årets slut uppgick till cirka 1 700, vilket motsvarar en ökning med 41,7 procent. De tio största ägarna står för 58,7 procent av kapital och röster och de utländska ägarna för 11,7 procent. Ägandet fördelades mellan institutioner och aktiefonder 60,8 procent och privatpersoner 27,5 procent.

Av totala antalet aktier var 32,3 procent eller 3 460 563 aktier direktregistrerade. Andelen förvaltarregistrerade aktier uppgick vid årets slut till 67,7 procent eller 7 265 195 aktier. De största ägarna vid årets slut 2002 framgår av tabellen på nästa sida.

UTDELNINGSPOLITIK

Styrelsen har för avsikt att dela ut ca 50 procent av resultatet efter skatt över en konjunkturcykel. Dock kommer hänsyn härvidlag att tas till bolagets finansiella ställning, kassaflöde, investeringsbehov samt förväntad framtida lönsamhet.

FÖRSLAG TILL UTDELNING

Ballingslövs styrelse föreslår att för verksamhetsåret dela ut 2,50 kronor per aktie.

Baserat på aktiekursen vid årets slut innebär den föreslagna utdelningen en direktavkastning om 4,5 procent.

AKTIEÄGARVÄRDE

I syfte att öka omsättningen i Ballingslövaktien och därigenom ge nuvarande och framtida ägare förutsättningar att värdera bolaget på ett rättvisande sätt arbetar koncernledningen kontinuerligt med att utveckla och förbättra den finansiella informationen samt att aktivt delta vid träffar med aktiesparare, media och analytiker.

MÄKLARHUS SOM FÖLJER AKTIEN

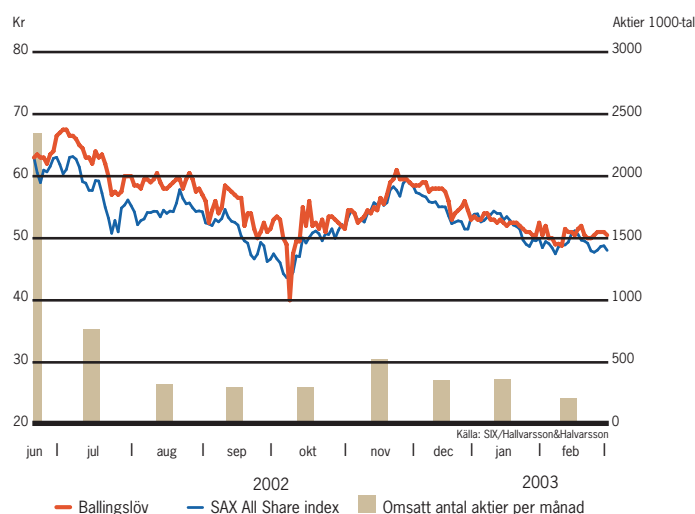
Alfred Berg/ABN-AMRO

Nordea Securities

Swedbank Markets

Hagströmer & Qviberg

Aktiekursutvecklingen



Ballingslövaktien

Aktiekapitalets förändring 1998–2002

TIDPUNKT	HÄNDELSE	FÖRÄNDRING AV ANTALET AKTIER	TOTALT ANTAL AKTIER	ÖKNING AV AKTIEKAPITALET, KR	TOTALT AKTIEKAPITAL, KR	AKTIENS NOMINELLA BELOPP, KR
maj 1998	Bolagets bildande	100 000	100 000	100 000	100 000	1,0
aug 1998	Nyemission	17 400 000	17 500 000	17 400 000	17 500 000	1,0
nov 1998	Utgivande av konvertibla skuldebrev	–	–	–	–	–
nov 1998	Utgivande av förlagslån förenade med optionsrätt till nyteckning	–	–	–	–	–
maj 2002	Sammanläggning av aktier 1:2	–8 750 000	8 750 000	–	17 500 000	2,0
juni 2002	Nyemission	1 250 000	10 000 000	2 500 000	20 000 000	2,0
juli 2002	Konvertering av skuldebrev	308 138	10 308 138	616 276	20 616 276	2,0
juli 2002	Utnyttjande av optionsrätter	417 620	10 725 758	835 240	21 451 516	2,0

De största ägarna 02-12-31

ÄGARE	ANTAL AKTIER	ANDEL KAPITAL OCH RÖSTER
EQT Scandinavia I	1 982 496	18,5 %
Stena AB	1 125 000	10,5 %
AMF Pension	795 000	7,4 %
Odin fonder	502 450	4,7 %
SHB/SPP fonder	409 000	3,8 %
Svolder	354 600	3,3 %
Industrivärden	350 000	3,3 %
SEB fonder*	287 274	2,7 %
Skandia*	251 800	2,3 %
Lannebo fonder	241 700	2,3 %
Delsumma	6 299 320	58,7 %

Totalt antal aktier 10 725 758

* Även investerare bakom EQT Scandinavia I

Den begränsning som i samband med börsintroduktionen ålades EQT Scandinavia I beträffande försäljning av aktier i Ballingslöv upphörde den 26 februari 2003. Den begränsning som ålades delar av ledning och styrelse beträffande försäljning av aktier i Ballingslöv upphörde till hälften den 26 februari 2003.

Nyckeltal per aktie

	UTFALL		PROFORMA		
	2002	2001	2000	1999	1998
Vinst per aktie, kr	6,61	6,11	4,97	3,94	2,21
Vinst per aktie exklusive goodwill, kr	8,98	8,78	7,50	6,43	4,69
Utdelning per aktie, kr*	2,50	–	–	–	–
Eget kapital per aktie, kr	41,44	39,55	31,04	26,57	22,03
Antal aktier vid årets slut, miljoner**	10,73	8,75	8,75	8,75	8,75

* styrelsens förslag till vinstdisposition

** efter omvänd split

Fördelning av innehav i Ballingslövaktien

ANTAL AKTIER	ANTAL AKTIEÄGARE	PROCENT AV ANTAL AKTIEÄGARE	ANTAL AKTIER	PROCENT AV AKTIE- KAPITAL OCH RÖSTER
1–1 000	1360	78,5	514 106	4,7
1 001–10 000	268	15,5	889 889	8,4
10 001–100 000	80	4,6	2 892 444	26,9
100 001–1 000 000	24	1,4	5 304 319	49,5
>1 000 001	1	<0,1	1 125 000	10,5
Summa	1733	100	10 725 758	100

Kursrelaterade data

	2002
Börskurs den 31/12, kr	55,00
Börsvärde den 31/12, Mkr	589,9
Högst betalt under året, kr	68,00
Lägst betalt under året, kr	49,00
Direktavkastning den 31/12, %	4,5
P/E-tal den 31/12, ggr	8,3
P/E-tal exkl. goodwill den 31/12, ggr	6,1

Förvaltningsberättelse

KONCERNEN

Ballingslöv är en av de ledande tillverkarna av köksinredningar i Skandinavien och Storbritannien. Produkterna kännetecknas av sofistikerad design, stor valfrihet och hög kvalitet. Tillverkningen sker i egna anläggningar i Sverige, Danmark och Storbritannien.

OMSÄTTNING OCH RESULTAT

Nettoomsättning

Ballingslövs nettoomsättning minskade 2002 med 6,0 procent till 1 159,6 Mkr jämfört med 1 233,9 Mkr föregående år. Minskningen var helt hänförlig till verksamheten i Storbritannien.

Resultat

Rörelseresultatet ökade 2002 med 6,4 procent till 119,1 Mkr (111,9) motsvarande 10,3 procent (9,1) av nettoomsättningen. Resultatet efter finansiella poster ökade med 17,1 procent till 99,4 Mkr (84,9) motsvarande 8,6 procent (6,9) av nettoomsättningen. Nettoresultatet ökade med 20,6 procent till 64,5 Mkr (53,5) motsvarande 6,61 kr (6,11) per aktie, beräknat på genomsnittligt antal aktier under perioden.

Nyckeltal

MKR (OM EJ ANNAT ANGES)	2002	FÖRÄNDRING	2001
Nettoomsättning	1 159,6	-6,0 %	1 233,9
Rörelseresultat före goodwillavskrivningar (EBITA)	142,2	+5,2 %	135,2
Rörelsemarginal före goodwillavskrivningar (EBITA), %	12,3	-	11,0
Rörelseresultat (EBIT)	119,1	+6,4 %	111,9
Rörelsemarginal, %	10,3	-	9,1
Resultat efter finansiella poster	99,4	+17,1 %	84,9
Nettoresultat	64,5	+20,6 %	53,5
Nettoresultat per aktie, kr	6,61	-	6,11
Genomsnittligt antal aktier under perioden, miljoner	9,76	-	8,75
Utdelning per aktie (föreslagen), kr	2,50	-	0
Avkastning på eget kapital, %	16,3	-	17,3
Räntetäckningsgrad, ggr	5,0	-	3,7
Skuldsättningsgrad, ggr	0,8	-	1,2
Soliditet, %	42,8	-	33,6
Nettoinvesteringar	47,8	-	27,2
Medelantal anställda, st	816	-	861

	NETTOOMSÄTTNING		EBITA	
	2002	2001	2002	2001
Skandinavien	793,8	765,4	131,7	108,0
Storbritannien	365,8	468,5	10,5	27,2
Totalt	1 159,6	1 233,9	142,2	135,2

VERKSAMHETEN UNDER ÅRET

Marknaden i Sverige har för ROT-segmentet, som är bolagets primära segment, ökat med någon procent jämfört med föregående år. Nybyggnadsmarknaden har varit bättre än föregående år.

Den norska marknaden har varit något svagare inom såväl ROT-segmentet som nybyggnadssegmentet. I Danmark har marknaden varit något svagare än föregående år på ROT-segmentet och i paritet med föregående år på nybyggnadssegmentet.

På de skandinaviska marknaderna beräknas försäljningen, som ökade med ca 4 procent, ha inneburit en organisk tillväxt som varit något högre än den generella marknadsutvecklingen inom det viktigaste marknadssegmentet (ROT-småhus).

Utbyggnaden av distributionssystemet i Skandinavien har gått planenligt och då företrädesvis mot exklusiva distributörer.

Rörelsemarginalen före goodwillavskrivningar i den skandinaviska verksamheten har förbättrats till 16,6 procent (14,1).

Den brittiska marknaden har generellt sett haft en positiv utveckling, men långsam hantering av bygglov och i viss mån brist på tomtmark har inneburit en nedgång i produktionen av småhus, som är bolagets primära marknadssegment.

Koncernens verksamhet i Storbritannien har under 2002 utvecklats betydligt sämre än väntat och såväl fakturering som resultat har gått tillbaka. Den kraftigt ökade orderingen hösten 2001 medförde såväl leveransproblem som brist på installationskapacitet. Detta innebar försenade byggprojekt och störda kundrelationer, vilket har påverkat efterfrågan negativt under 2002.

Bland åtgärderna för att förbättra leveransservice och efterfrågan ingår förstärkt installationsverksamhet, rationalisering av produktprogram och konsolidering på leverantörssidan, främst bland vitvaruleverantörerna. Bland de kostnadsänkande åtgärderna ingår bland annat reduktion med ca 45 personer under 2002. Full effekt av det pågående åtgärdsprogrammet förväntas under andra och tredje kvartalet 2003.

Under året lanserade samtliga bolag nya produkter som fick ett gott mottagande från marknaden.

Ballingslövkoncernen förstärkte under 2002 sin goda lönsamhet trots den svaga utvecklingen i Storbritannien. Koncernen kunde bland annat överskrida rörelsemarginalmålet före goodwillavskrivningar på 12 procent. Högt kapacitetsutnyttjande i de skandinaviska fabrikena och sänkta kostnader genom de pågående samordningsåtgärderna inom koncernen har utgjort viktiga drivkrafter till lönsamhetsutvecklingen. Vidare har produkt- och försäljningsmix fortsatt utvecklas gynnsamt.

Förvaltningsberättelse

FINANSIELL STÄLLNING

Eget kapital

Egna kapitalet i koncernen uppgick per 31 december 2002 till 444,7 Mkr (346,1), vilket motsvarade 41,44 kr (39,55) per aktie.

FÖRÄNDRING I EGET KAPITAL, MKR

Ingående eget kapital	346,1
Nyemission, netto m.m.	50,1
Omräkningsdifferenser	-16,0
Årets nettoresultat	64,5
Eget kapital vid årets slut	444,7

Soliditeten förbättrades till 42,8 procent (33,6). Vår målsättning är att soliditeten skall överstiga 30 procent.

Skuldsättningsgrad

Skuldsättningsgraden, dvs. räntebärande skulder i förhållande till eget kapital, förbättrades till 0,8 (1,2).

Räntetäckningsgrad

Räntetäckningsgrad, dvs. resultat efter finansnetto plus finansiella kostnader i förhållande till finansiella kostnader, förbättrades till 5,0 (3,7). Koncernens målsättning är att räntetäckningsgraden skall överstiga 4,0.

Likvida medel

Likvida medel uppgick vid årets utgång till 73,1 Mkr (29,1) motsvarande 6,3 procent (2,4) av omsättningen. Ökningen av likvida medel är hänförlig till förbättringen av kassaflödet från den löpande verksamheten och till den nyemission som skedde i samband med börsnoteringen. Vid årets slut uppgick tillgängligt kreditutrymme och likvida medel till 168 Mkr. Genom bland annat minskad nettoskuld och förbättrad soliditet har den genomsnittliga räntesatsen på koncernens lån kunnat sänkas.

Varulager och kortfristiga fordringar

Varulagret uppgick till 147,8 Mkr (145,4) och kortfristiga fordringar till 254,3 Mkr (267,4) vilket motsvarade 12,7 procent (11,8) respektive 21,9 procent (21,7) av nettoomsättningen.

Avkastning på eget kapital

Avkastningen på eget kapital var 16,3 procent (17,3).

KASSAFLÖDE

Kassaflödet från den löpande verksamheten förbättrades väsentligt till 96,6 Mkr (63,0). Kassaflödet från den löpande verksamheten i Skandinavien uppgick till 78,8 Mkr (69,1) och i Storbritannien till 17,8 Mkr (-6,1). Förbättringen av kassaflödet från den löpande verksamheten berodde främst på förbättrat rörelseresultat och lägre räntenetto.

Investeringar

Koncernens nettoinvesteringar uppgick under året till 47,8 Mkr (27,2). Investeringarna motsvarade 4,1 procent (2,2) av koncernens nettoomsättning. Investeringarna avsåg främst ytbehandlingsutrustning och ny borrhäns hos Ballingslöv AB, byggnadsinvesteringar och IT-investeringar hos Dansk Formpladeindustri A/S samt IT-investeringar hos Kingfisher Wood Products Ltd.

ANSTÄLLDA

Det genomsnittliga antalet anställda 2002 uppgick till 816 (861) varav 366 (359) i Sverige. Vid årets slut var det totala antalet anställda 821 (832). Totala löner och ersättningar uppgick under året till 248,8 Mkr (265,0).

FÖRÄNDRINGAR I KONCERNEN

Avyttringar

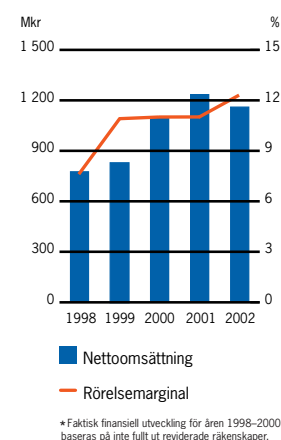
Per den 1 oktober 2002 avyttrades aktierna i det vilande bolaget PH i Stockholm AB, samt en rörelsegren (PH) inom Bad & Kökshuset i Stocksund AB. Rörelsegrenen PH inom Bad & Kökshuset hade under perioden 2002-01-01–2002-09-30 en nettoomsättning på 9,1 Mkr.

Per den 31 december 2002 avyttrades resterande rörelse inom Bad & Kökshuset i Stocksund AB. Denna del av Bad & Kökshuset hade under 2002 en nettoomsättning på 5,4 Mkr.

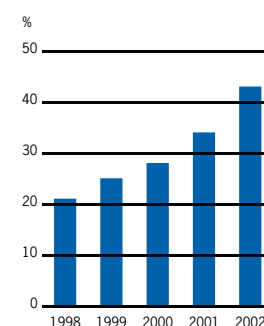
Förvärv

I februari 2003 förvärvades den danska kökstillverkaren Multiform A/S, vars produktprogram är i det högre kvalitetsintervallet. Multiform A/S omsätter ca 50 Mkr och har ca 40 anställda.

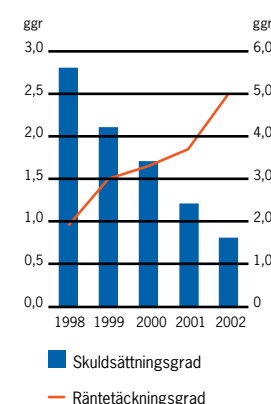
Nettoomsättning och rörelsemarginal före goodwillavskrivningar



Soliditet (proforma 1998–2000)

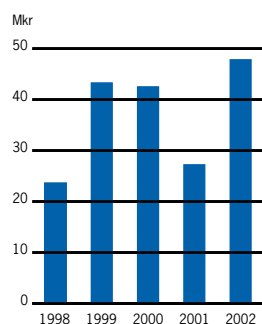


Skuldsättning/räntetäckning (proforma 1998–2000)

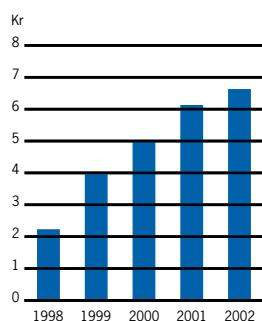


Förvaltningsberättelse

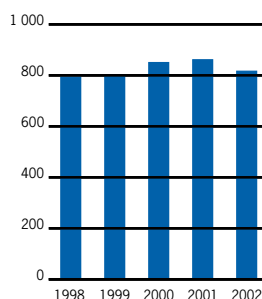
Nettoinvesteringar, Mkr
(proforma 1998–2000)



Nettoreultat per aktie, kr
(proforma 1998–2000)



Antal anställda
(proforma 1998–2000)



MODERBOLAGET

I moderbolaget finns ingen rörelsedrivande verksamhet och inga anställda har under året funnits i bolaget.

STYRELSENS ARBETE UNDER ÅRET

Ballingslövs styrelse består av fem bolagsstämmodvalda ledamöter utan suppleanter samt två ledamöter med suppleanter utsedda av de anställdas organisationer. Andra tjänstemän i koncernen deltar i styrelsens sammanträden som föredragande.

Styrelsen har under året hållit fyra sammanträden, varav ett i samband med företagsbesök i Danmark. Därutöver har styrelsen hållit fyra sammanträden i enskilda ärenden. Under året har styrelsen haft återkommande genomgångar av koncernens resultat och finansiella ställning samt handlagt frågor om förvärv och avyttringar, investeringar samt koncernens strategiska inriktning.

Styrelsen har antagit en arbetsordning som bland annat omfattar:

- ▶ Att normalt 4–6 sammanträden skall hållas per år.
- ▶ Att rapport från bolagets revisor skall behandlas minst en gång per år.
- ▶ Att bolagets affärsplan skall behandlas vid ett styrelsemöte.
- ▶ Att styrelsens arbetsformer och beslutsrutiner utvärderas en gång per år.

Arbetsordningen omfattar även en detaljerad instruktion till verkställande direktören om vilka ärenden som kräver styrelsens godkännande samt om vilken finansiell och annan rapportering som skall ske till styrelsen. I arbetsordningen fastställs också bland annat till vilken beloppsnivå som olika beslutsorgan inom koncernen har rätt att godkänna investeringar i anläggningar mm.

Styrelsen har också antagit en finanspolicy som skall gälla för koncernen. I denna behandlas bland annat valutarisker, extern upplåning och cash management. Policyn definierar risker inom respektive område samt beskriver hur dessa skall hanteras. Vidare ger styrelsen genom policyn direktiv för hur stora finansiella risker som koncernen får ta och fördelningen av ansvaret inom koncernen.

Beredning av styrelseval

Följande gäller beträffande nomineringsprocessen för de styrelseledamöter som kommer att föreslås av en grupp större aktieägare för val vid ordinarie bolagsstämma 2003. Under våren 2003 har

Fredrik Åtting, EQT Partners AB, Tor Marthin, AMF Pension och Lars-Åke Helgesson, styrelseordförande, utvärderat styrelsens sammansättning och behovet av speciell styrelsekompetens. Resultatet av beredningsarbetet anges i den officiella kallelsen till ordinarie bolagsstämma.

TILLSTÅNDS – OCH ANMÄLNINGSPLIKT

I Sverige finns en tillverkningsanläggning. Denna svarar för ca 40 procent av det totala tillverkningsvärdet i koncernen. För denna anläggning krävs och finns myndighetstillstånd. Tillståndet avser främst maxvärden eller gränsvärden för luftutsläpp och bullernivåer. Inga väsentliga förelägganden enligt Miljöbalken har förekommit under året.

Tillverkningsenheter i övriga länder anpassar verksamheten, söker nödvändiga tillstånd och rapporterar till myndigheter i enlighet med lokal lagstiftning.

Förslag till vinstdisposition

KONCERNEN

Koncernens fria egna kapital uppgår enligt balansräkningen till 277 528 kkr. Avsättning till bundna reserver erfordras ej.

MODERBOLAGET

Till bolagsstämmans förfogande står följande vinstmedel:

Balanserade vinstmedel, kr	242 891 958
Årets vinst, kr	53 122 646
	296 014 604

Styrelsen och verkställande direktören föreslår att vinstmedlen disponeras så

att till aktieägarna utdelas	
2,50 kr per aktie	26 814 395
att återstående belopp balanseras	269 200 209
	296 014 604

RESULTAT OCH STÄLLNING

Resultatet av koncernens och moderbolagets verksamhet samt den ekonomiska ställningen vid räkenskapsårets utgång framgår i övrigt av efterföljande resultaträkningar och balansräkningar med noter. Alla belopp anges i kkr om inget annat anges.

Resultaträkning

KKR	NOT	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
		2002	2001	2002	2001
Nettoomsättning	2	1 159 641	1 233 911		
Kostnad för sålda varor		-749 761	-806 816		
Bruttoresultat		409 880	427 095		
	3				
Försäljningskostnader		-230 038	-248 709		
Administrationskostnader	4, 5	-58 770	-64 846	-1 025	-101
Forsknings- och utvecklingskostnader		-2 183	-1 628		
Övriga rörelseintäkter		235	-		
Rörelseresultat		119 124	111 912	-1 025	-101
Resultat från finansiella investeringar					
Resultat från andelar i koncernföretag	27			104 227	103 583
Ränteintäkter och liknande resultatposter	6	5 024	4 750	2 505	907
Räntekostnader och liknande resultatposter	7	-24 697	-31 817	-12 984	-24 046
Summa resultat från finansiella investeringar		-19 673	-27 067	93 748	80 444
Resultat efter finansiella poster		99 451	84 845	92 723	80 343
Bokslutsdispositioner	28			-18 000	-15 700
Skatt på årets resultat	8	-34 952	-31 186	-21 600	-14 838
Minoritetens andel i årets resultat		23	-150		
Årets vinst		64 522	53 509	53 123	49 805
Vinst per aktie, kr		6,61	6,11		

Balansräkning

KONCERNEN

MODERBOLAGET

KKR	NOT	2002-12-31	2001-12-31	2002-12-31	2001-12-31
TILLGÅNGAR					
Anläggningstillgångar					
Immateriella anläggningstillgångar					
Goodwill och varumärke	9	351 125	389 996		
Materiella anläggningstillgångar					
Byggnader och mark	10	112 677	115 789		
Maskiner och andra tekniska anläggningar	11	70 489	55 634		
Inventarier	12	25 480	16 163		
Pågående nyanläggningar	13	2 552	10 006		
		211 198	197 592		
Finansiella anläggningstillgångar					
Förutbetalda kapitalanskaffningskostnader	14	734	837	733	837
Andelar i dotterföretag	29			525 937	530 789
Uppskjutna skattefordringar	15	1 539	1 047	–	291
Övriga långfristiga fordringar		960	117		
		3 233	2 001	526 670	531 917
Summa anläggningstillgångar		565 556	589 589	526 670	531 917
Omsättningstillgångar					
Varulager m m					
Råvaror och förnödenheter		67 366	69 376		
Varor under tillverkning		34 587	32 732		
Färdiga varor och handelsvaror		45 871	43 165		
Förskott till leverantörer		–	115		
		147 824	145 388		
Kortfristiga fordringar					
Kundfordringar		200 082	189 556		
Fordringar hos koncernföretag				126 979	72 911
Skattefordringar		11 472	–		
Övriga kortfristiga fordringar		4 961	4 145	60	755
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	16	37 746	73 389	121	–
		254 261	267 090	127 160	73 666
Kortfristiga placeringar					
Kassa och bank		–	251		
		73 100	29 146	17 139	900
Summa omsättningstillgångar		475 185	441 875	144 299	74 566
SUMMA TILLGÅNGAR		1 040 741	1 031 464	670 969	606 483

Balansräkning

		KONCERNEN		MODERBOLAGET	
KKR	NOT	2002-12-31	2001-12-31	2002-12-31	2001-12-31
EGET KAPITAL OCH SKULDER					
Eget kapital	17				
Bundet eget kapital					
Aktiekapital		21 452	17 500	21 452	17 500
Överkursfond				93 327	2 891
Bundna reserver		145 680	56 642	3 500	3 500
		167 132	74 142	118 279	23 891
Fritt eget kapital					
Fria reserver		213 006	218 473	242 892	244 066
Årets vinst		64 522	53 509	53 123	49 805
		277 528	271 982	296 015	293 871
Summa eget kapital		444 660	346 124	414 294	317 762
Minoritetsintressen		343	466		
Obeskattade reserver	30			55 527	37 527
Avsättningar					
Avsättning för pensioner och liknande förpliktelser	18	31 158	28 086		
Uppskjutna skatter	19	34 118	28 252		
Avsättning för garantiåtaganden	20	4 610	4 098		
Summa avsättningar		69 886	60 436		
Långfristiga skulder		21			
Checkräkningskredit		29 395	33 982		
Skulder till kreditinstitut		273 379	302 504	146 746	168 436
Konvertibla förlagslån	22	–	8 681	–	10 228
Övriga långfristiga skulder		–	1 575	–	1 575
Summa långfristiga skulder		302 774	346 742	146 746	180 239
Kortfristiga skulder					
Skulder till koncernföretag				11 110	4 928
Skulder till kreditinstitut		36 994	55 747	36 964	55 043
Förskott från kunder		190	1 146		
Leverantörsskulder		87 745	122 490	77	9
Skatteskulder		10 512	7 167	4 284	7 069
Övriga kortfristiga skulder		36 034	23 855	100	1 280
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	23	51 603	67 291	1 867	2 626
Summa kortfristiga skulder		223 078	277 696	54 402	70 955
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		1 040 741	1 031 464	670 969	606 483
Ställda säkerheter	24	775 295	817 066	525 832	530 583
Ansvarsförbindelser	25, 31	37 495	14 691	70 207	47 126

Kassaflödesanalys

		KONCERNEN		MODERBOLAGET	
KKR	NOT	2002	2001	2002	2001
Den löpande verksamheten					
Rörelseresultat före finansiella poster		119 124	111 912	-1 025	-101
Avskrivningar		47 973	50 760		
Övriga ej likviditetspåverkande poster		3 876	4 136		
		170 973	166 808	-1 025	-101
Erhållen ränta		6 198	3 973	802	115
Erhållna koncernbidrag och utdelningar				47 773	93 177
Erlagd ränta		-26 301	-35 681	-11 586	-17 261
Betald inkomstskatt		-29 433	-31 796	-18 396	-18 148
Kassaflöde före förändringar av rörelsekapital		121 437	103 304	17 568	57 782
Förändring varulager		-6 047	-4 394		
Förändring övriga kortfristiga fordringar		13 233	-53 236	5 705	-5 525
Förändring övriga kortfristiga rörelseskulder		-31 995	17 329	-5 070	3 950
Kassaflöde från den löpande verksamheten		96 628	63 003	18 203	56 207
Investeringsverksamheten					
Investeringar i immateriella anläggningstillgångar		-316	-10		
Investeringar i materiella anläggningstillgångar		-46 739	-32 138		
Sålda materiella anläggningstillgångar		630	4 965		
Investeringar i finansiella anläggningstillgångar		-1 472	-	-800	
Investeringar i dotterföretag	26	-	37	-252	-106
Avyttringar av finansiella anläggningstillgångar		138	199	100	-
Förändring av kortfristiga placeringar		-	-251		
Kassaflöde från investeringsverksamheten		-47 759	-27 198	-952	-106
Finansieringsverksamheten					
Amortering av skuld		-39 041	-56 645	-38 374	-55 201
Förändring checkräkningskredit		-2 955	11 020		
Utdelning till minoritet		-100	-100		
Emissionslikvid		97 122	-	97 122	-
Emissionskostnader		-14 926	-	-14 926	-
Återköp av optioner och konvertibler		-44 834	-	-44 834	-
Kassaflöde från finansieringsverksamheten		-4 734	-45 725	-1 012	-55 201
Årets kassaflöde		44 135	-9 920	16 239	900
Likvida medel vid årets början		29 146	38 486	900	-
Omräkningsdifferens i likvida medel		-181	580		
Likvida medel vid årets slut		73 100	29 146	17 139	900

Noter, gemensamma för koncern och moderbolag

Not 1 Redovisningsprinciper och övriga upplysningar

Årsredovisningen är upprättad enligt Årsredovisningslagen samt rekommendationer och uttalanden från Redovisningsrådet. Redovisningsprinciperna är oförändrade i jämförelse med räkenskapsåret 2001, om inget annat anges nedan.

Intäktsredovisning

Intäktsredovisning av sålda varor sker vid varornas leverans till kund. I de fall ett försäljningskontrakt inkluderar såväl leverans av varor som installationsarbete, sker intäktsredovisning av varorna vid leverans medan installationsarbetet intäktsredovisas i den period då arbetet utförs.

Koncernredovisning

I koncernredovisningen ingår dotterföretag där moderbolaget direkt eller indirekt innehar mer än 50 procent av rösterna.

Inredet HK AB ägs till 50 procent men eftersom Ballingslöv International AB har ett bestämmande inflytande genom ägande, leveransavtal och styrelsrepresentation, redovisas bolaget som dotterföretag.

Koncernredovisningen är upprättad enligt förvärvsmetoden, vilket innebär att dotterföretagens egna kapital vid förvärvet, fastställt som skillnaden mellan tillgångarnas och skuldernas verkliga värden, elimineras i sin helhet.

I koncernens egna kapital ingår härigenom endast den del av dotterföretagens egna kapital som tillkommit efter förvärvet.

Ifall det koncernmässiga anskaffningsvärdet för aktierna överstiger det i förvärvsanalysen upptagna värdet av dotterföretagets nettotillgångar, upptas skillnaden som koncernmässig goodwill. Avskrivningstiden har satts till 20 år mot bakgrund av förvärvens långsiktiga och strategiska karaktär. Avskrivningen på goodwill redovisas beroende på förvärvets natur i posterna kostnad för sålda varor eller administrationskostnader.

Samtliga dotterföretag har klassificerats som självständiga enheter. Ballingslöv International AB tillämpar därför dagskursmetoden för omräkning av bokslut för utländska dotterföretag. Det innebär att de utländska dotterföretagens tillgångar och skulder omräknas till balansdagens kurs. Intäkter och kostnader omräknas enligt genomsnittskurs för året. Omräkningsdifferenserna förs direkt till koncernens egna kapital.

Banklån i utländsk valuta som använts för att finansiera dotterbolagsförvärv har fr.o.m. 2001 redovisats som ett s.k. hedgelån. Det innebär att lån i utländsk valuta ses som en säkringsåtgärd, som moderföretaget har vidtagit för att utjämna de förändringar i värden på nettoinvesteringen i dotterföretag som uppstår vid valutakursfluktationer. Kursdifferensen på lånet förs direkt mot eget kapital, till den del den motsvaras av en under året uppkommen omräkningsdifferens för dotterföretaget.

Internvinster som uppstått i samband med försäljning inom koncernen har eliminerats.

I koncernens resultaträkning redovisas minoritetens andel i årets resultat. Minoritetens andel i dotterbolags kapital redovisas i separat post i koncernens balansräkning.

Inkomstskatter

Kostnadsförda inkomstskatter innefattar skatt som skall betalas eller erhållas avseende aktuellt år, justeringar avseende tidigare års aktuella skatt samt förändringar i uppskjuten skatt.

Värdering av samtliga skattefordringar sker till nominella belopp och görs enligt de skatteregler och skattesatser som är beslutade eller som är aviserade och med stor säkerhet kommer att fastställas.

För poster som redovisas i resultaträkningen, redovisas även därmed sammanhängande skatteeffekter i resultaträkningen.

Uppskjuten skatt beräknas enligt balansräkningsmetoden på alla temporära skillnader som uppkommer mellan redovisade och skattemässiga värden på tillgångar och skulder.

forts. s. 38

forts. från s. 37

Temporära skillnader föreligger i de fall tillgångars eller skulders redovisade respektive skattemässiga värden är olika.

Bokslutsdispositioner och obeskattade reserver redovisas i moderbolaget efter sin skattemässiga innebörd p.g.a. kopplingen mellan redovisning och beskattning. Uppskjuten skatt ingår med 28 procent.

Fordringar

Fordringar upptas till det belopp, som efter individuell bedömning beräknas bli betalt.

Fordringar och skulder i utländsk valuta

Fordringar och skulder i utländsk valuta värderas enligt balansdagens kurs. I de fall valutasäkringsåtgärd genomförts, t.ex. terminssäkring, används terminskursen. Kursvinster och kursförluster på fordringar och skulder av rörelsekaraktär har redovisats inom rörelseresultatet.

Varulager

Varulagret värderas, med tillämpning av först-in först-ut principen, till det lägsta av anskaffningsvärdet och det verkliga värdet på balansdagen. Varor under tillverkning och färdiga varor värderas till anskaffningsvärde för ingående material, andra direkta kostnader som nedlagts på varan och skäligt pålägg för indirekta kostnader.

Anläggningstillgångar

Materiella och immateriella anläggningstillgångar värderas till anskaffningsvärde och avskrivs systematiskt över den bedömda nyttjandetiden. Härvid tillämpas följande avskrivningstid:

	Antal år
Goodwill	20
Varumärke	5
Byggnader och markanläggningar	20–40
Bilar	5
Datorutrustning	3–5
Maskiner och andra tekniska anläggningar	5–10
Inventarier	5–10

Forskning och utveckling

Utgifter för forsknings- och utvecklingsarbeten kostnadsförs vanligtvis löpande när de uppkommer.

Leasingavtal

Koncernen har ett mindre antal finansiella leasingavtal avseende tjänstebilar. Dessa uppgår inte till väsentliga belopp och redovisas därför i huvudsak som operationell leasing. Operationella leasingavgifter kostnadsförs i den period till vilken de hänförs.

Kassaflödesanalys

Kassaflödesanalysen upprättas enligt den indirekta metoden i Redovisningsrådets rekommendation RR 7. Det redovisade kassaflödet omfattar endast transaktioner som medför in- och utbetalningar.

Kassaflödet redovisas uppdelat på:

- ▶ den löpande verksamheten
- ▶ investeringsverksamheten
- ▶ finansieringsverksamheten

Som likvida medel inkluderas kassa- och bankbehållningar.

Avsättningar för garantiåtaganden

Koncernen redovisar som avsättning för garantiåtaganden avseende Ballingslöv AB, den beräknade förpliktelsen för att reparera och ersätta varor som fortfarande täcks av garanti på balansdagen. Beräkning av avsättningen baseras på historiska data över faktiska reparationer och ersatta varor.

Lånekostnader

Lånekostnader kostnadsförs i den period till vilken de hänförs.

Not 2 Nettoomsättningens fördelning på geografiska marknader

KONCERNEN	2002	2001
Skandinavien	784 143	763 162
Europa, exkl. Skandinavien	370 112	467 086
Övriga marknader	5 386	3 663
Summa	1 159 641	1 233 911

Internleveranser inom koncernen uppgår till 42 065 kkr (42 166 kkr), vilka i sin helhet har eliminerats. Internleveranser pris-sätts enligt marknadsmässiga villkor.

Not 3 Avskrivningar, nedskrivningar och återföringar

Totalt har koncernens resultat belastats med avskrivningar till ett belopp om 47 973 kkr (50 760 kkr), varav 13 875 kkr (13 941 kkr) avser koncernmässig goodwill. Avskrivningskostnaden för koncernmässig goodwill ingår i posten kostnad för sålda varor.

Not 4 Revisionsarvoden

KONCERNEN	2002	2001
Revisionsuppdrag	1 211	753
Andra uppdrag	3 507	769
Summa	4 718	1 522

MODERBOLAGET	2002	2001
Revisionsuppdrag	50	–
Andra uppdrag	1 570	–
Summa	1 620	0

I arvoden för andra uppdrag ingår för moderbolaget och koncernen 1 570 kkr som avser ersättningar för granskning av prospekt med mera i samband med börsnotering. Dessa kostnader har belastat eget kapital som nyemissionskostnader. Med revisionsuppdrag avses granskning av årsredovisning och bokföringen samt styrelsens och verkställande direktörens förvaltning, övriga arbetsuppgifter som det ankommer på bolagets revisor att utföra, samt rådgivning eller annat biträde som förädlats av iakttagelser vid sådan granskning eller genomförande av sådana övriga arbetsuppgifter. Allt annat är andra uppdrag.

Not 5 Medelantal anställda, löner, andra ersättningar och sociala avgifter

Medelantalet anställda, med fördelning på kvinnor och män har uppgått till

KONCERNEN	2002	2001
Dotterföretag i Sverige		
Män	280	282
Kvinnor	86	77
Summa	366	359
Dotterföretag utomlands		
Danmark		
Män	143	162
Kvinnor	45	49
Summa	188	211

forts s. 40

Noter

forts från s. 39

KONCERNEN	2002	2001
Norge		
Män	1	1
Kvinnor	5	3
Summa	6	4
England		
Män	177	198
Kvinnor	79	89
Summa	256	287
TOTALT FÖR KONCERNEN	816	861

MODERBOLAGET

Moderbolaget har inga anställda och således har inga löner utgått.

KONCERNEN	2002	2001
Löner och ersättningar till styrelser och verkställande direktörer		
Dotterföretag i Sverige (Varav tantiem 720 kkr (658 kkr))	2 910	2 832
Dotterföretag i Danmark	2 497	2 725
Dotterföretag i Norge	404	371
Dotterföretag i England	1 634	1 466
Summa	7 445	7 394
Övriga anställda		
Dotterföretag i Sverige	88 911	83 707
Dotterföretag i Danmark	70 457	67 994
Dotterföretag i Norge	1 286	700
Dotterföretag i England	80 748	105 168
Summa	241 402	257 569
Totala löner och ersättningar	248 847	264 963
Totala sociala avgifter enligt lag och avtal	41 881	44 128
Pensionskostnader		
Dotterföretag i Sverige (varav för styrelse och verkställande direktör 1 177 kkr (979 kkr))	7 432	6 260
Dotterföretag i Danmark (varav för styrelse och verkställande direktör 57 kkr (132 kkr))	4 414	5 359
Dotterföretag i Norge (varav för styrelse och verkställande direktör 20 kkr (24 kkr))	49	49
Dotterföretag i England (varav för styrelse och verkställande direktör 202 kkr (106 kkr))	10 358	12 423
Totala pensionskostnader (varav för styrelser och verkställande direktörer 1 456 kkr (1 241 kkr))	22 253	24 091
TOTALA LÖNER, ERSÄTTNINGAR, SOCIALA AVGIFTER OCH PENSIONSOSTNADER FÖR KONCERNEN	312 981	333 182

Arvoden och ersättningar

Koncernstyrelsearvoden för tiden fram till 2003 års ordinarie bolagsstämma har fastställts till 250 kkr varav styrelsens ordförande erhåller 100 kkr. Avtal om framtida avgångsvederlag finns varken för styrelsens ordförande eller styrelsens ledamöter.

Till koncernchef har under 2002 utgått lön och andra ersättningar med total 2 345 kkr varav bonus 720 kkr. Andra förmåner till koncernchefen utgör förmån av tjänstebil. För koncernchef gäller pensionsåldern 65 år samt att avsättning till pension görs dels i form av individuellt tecknad tjänstepensionsförsäkring, dels genom skuldföring till täckande av en kompletterande pension. För 2002 avsattes en pensionsförsäkring uppgående till 247 kkr och avseende den kompletterande pensionen skuldfördes ett belopp om 922 kkr.

Vid uppsägning från bolagets sida är uppsägningstiden 24 månader för koncernchefen, vilket är en förändring jämfört med 2001. Uppsägningstiden från koncernchefens sida är 6 månader. Avgångsvederlag är inte avtalat.

Till övriga ledande befattningshavare i koncernen (sex personer) utgick under 2002 lön och andra förmåner med sammanlagt 5 491 kkr. Pensionsåldern för dessa är 60–65 år. Uppsägning för dessa från bolagets sida är 6–12 månader och från befattningshavarnas sida 3–6 månader. Avgångsvederlag är inte avtalat för någon av de ledande befattningshavarna.

Ersättningar till koncernchef beslutas av styrelsen. Ersättningar till övriga ledande befattningshavare beslutas av koncernchefen.

Not 6 Övriga ränteintäkter och liknande resultatposter

KONCERNEN	2002	2001
Ränteintäkter på kortfristiga fodringar	4 567	4 528
Kursdifferenser	457	–
Realisationsresultat vid försäljningar	–	222
Summa	5 024	4 750
 MODERBOLAGET	 2002	 2001
Ränteintäkter på kortfristiga fodringar	923	115
Kursdifferenser	1 582	792
Summa	2 505	907

Not 7 Räntekostnader och liknande resultatposter

KONCERNEN	2002	2001
Räntekostnader	–22 500	–30 330
Kursdifferenser	–1 268	–1 487
Bankkostnader	–929	–
Summa	–24 697	–31 817
 MODERBOLAGET	 2002	 2001
Räntekostnader	–10 787	–16 487
Kursdifferenser	–1 268	–6 935
Bankkostnader	–929	–624
Summa	–12 984	–24 046
 Varav avseende koncernföretag	 –	 –42

Not 8 Skatt på årets resultat

KONCERNEN	2002	2001
Aktuell skatt	-25 027	-25 393
Uppskjuten skatt	-9 925	-5 793
Summa	-34 952	-31 186
Specifikation av koncernens totala skatt:		
Resultat före skatt	99 451	84 845
Skatt enligt gällande skattesats 28 %	-27 846	-23 757
Skatteeffekt av ej avdragsgilla kostnader	-839	-312
Skatteeffekt avskrivning goodwill	-3 885	-3 911
Skatteeffekt avskrivning goodwill utomlands	-2 421	-2 405
Skatteeffekt av resultat utomlands	39	-801
Total skatt	-34 952	-31 186
MODERBOLAGET	2002	2001
Aktuell skatt	-17 130	-14 793
Uppskjuten skatt	-4 470	-45
Summa	-21 600	-14 838
Specifikation av aktuell skatt:		
Resultat före skatt	74 723	64 643
Skatt enligt gällande skattesats 28 %	-20 922	-18 100
Skatteeffekt av ej avdragsgilla kostnader	-706	-77
Skatteeffekt av skattefria utdelningar och aktieägartillskott	319	3 384
Skatteeffekt av avdragsgilla emissionskostnader	4 179	-
Total aktuell skatt	-17 130	-14 793

Not 9 Goodwill och varumärke

KONCERNEN	2002-12-31	2001-12-31
Ingående anskaffningsvärden	459 872	438 998
Årets förändringar		
Aktiverade utgifter	–	10
Genom inkråmsförvärv	317	–
Försäljningar och utrangeringar	–4 539	–
Omklassificeringar	–136	–
Omföring intresseföretag till dotterföretag	–	231
Omräkningsdifferenser	–14 558	20 633
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	440 956	459 872
Ingående avskrivningar	–69 876	–44 299
Årets förändringar		
Försäljningar och utrangeringar	530	–
Avskrivningar	–23 078	–23 331
Omräkningsdifferenser	2 593	–2 246
Utgående ackumulerade avskrivningar	–89 831	–69 876
UTGÅENDE RESTVÄRDE ENLIGT PLAN	351 125	389 996

De redovisade försäljningar och utrangeringar avser nedskrivning av Bad och Kökshuset i Stocksund AB:s goodwill. Denna är nedskriven till 0 på grund av att bolagets rörelse avyttrats.

Nedskrivningen har belastat resultatet med 1670 kkr, vilket ingår i kostnad för sålda varor.

Not 10 Byggnader och mark

KONCERNEN	2002-12-31	2001-12-31
Ingående anskaffningsvärden	163 358	152 482
Årets förändringar		
Omklassificeringar	–	–115
Omfördelning från pågående nyanläggningar	1 422	–
Inköp	5 451	8 144
Försäljningar och utrangeringar	–	–4 250
Omräkningsdifferenser/ justering	–5 923	7 097
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	164 308	163 358
Ingående avskrivningar	–47 569	–42 886
Årets förändringar		
Avskrivningar	–4 605	–3 718
Omräkningsdifferenser/ justering	543	–965
Utgående ackumulerade avskrivningar	–51 631	–47 569
UTGÅENDE RESTVÄRDE ENLIGT PLAN	112 677	115 789
Taxeringsvärde eller motsvarande (varav mark 3 581 kkr (4 657 kkr))	67 846	63 702

Not 11 Maskiner och andra tekniska anläggningar

KONCERNEN	2002-12-31	2001-12-31
Ingående anskaffningsvärden	281 829	275 048
Årets förändringar		
Omklassificeringar	-469	-
Omfördelning från pågående nyanläggningar	7 386	-
Inköp	24 100	9 187
Försäljningar och utrangeringar	-230	-5 011
Omräkningsdifferenser/ justering	-1 519	2 605
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	311 097	281 829
Ingående avskrivningar	-226 195	-213 895
Årets förändringar		
Försäljningar och utrangeringar	138	4 981
Avskrivningar	-15 125	-17 149
Omräkningsdifferenser/ justering	574	-132
Utgående ackumulerade avskrivningar	-240 608	-226 195
UTGÅENDE RESTVÄRDE ENLIGT PLAN	70 489	55 634

Not 12 Inventarier

KONCERNEN	2002-12-31	2001-12-31
Ingående anskaffningsvärden	54 796	47 639
Ingående anskaffningsvärden i förvärvade bolag	-	510
Årets förändringar		
Inköp	15 365	5 878
Försäljningar och utrangeringar	-1 326	-1 199
Omfördelning från pågående nyanläggningar	60	-
Omklassificeringar	-4 272	-
Omräkningsdifferenser/ justering	-1 561	1 968
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	63 062	54 796
Ingående avskrivningar	-38 633	-31 595
Ingående avskrivningar i förvärvade bolag	-	-446
Årets förändringar		
Försäljningar och utrangeringar	787	514
Avskrivningar	-5 165	-6 022
Omklassificeringar	4 827	-
Omräkningsdifferenser/ justering	602	-1 084
Utgående ackumulerade avskrivningar	-37 582	-38 633
UTGÅENDE RESTVÄRDE ENLIGT PLAN	25 480	16 163

Not 13 Pågående nyanläggningar

KONCERNEN	2002-12-31	2001-12-31
Ingående nedlagda kostnader	10 006	1 031
Under året nedlagda kostnader	1 427	8 929
Under året genomförda omfördelningar	-8 868	-
Omräkningsdifferenser	-13	46
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	2 552	10 006

Not 14 Finansiella anläggningstillgångar

KONCERNEN	2002-12-31	2001-12-31
Ingående anskaffningsvärde	3 864	5 738
Inköp eller annan ökning		
Kapitalanskaffningskostnader	800	–
Förändring av uppskjutna skattefordringar	492	192
Långfristiga fordringar	810	–
Försäljning eller annan minskning		
Försäljning	–139	–199
Förändring kapitalanskaffningskostnader	–2 700	–
Utnyttjade medel Alecta eller överförda till kortfristig fordran	–	–1 407
Omföring intresseföretag till dotterföretag	–	–475
Omklassificering	174	–
Omräkningdifferens/justering	–1	15
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	3 300	3 864
Avskrivningar		
Ingående ackumulerade avskrivningar	–1 863	–1 323
Årets avskrivningar	–904	–540
Förändring kapitalanskaffningskostnader	2 700	–
Utgående ackumulerade avskrivningar	–67	–1 863
UTGÅENDE PLANENLIGT RESTVÄRDE	3 233	2 001
MODERBOLAGET	2002-12-31	2001-12-31
Ingående anskaffningsvärde	533 780	533 719
Inköp eller annan ökning		
Andelar i dotterbolag	–	106
Kapitalanskaffningskostnader	800	–
Försäljning eller annan minskning		
Nedskrivning andelar i dotterbolag	–2 413	–
Nedskrivning av beräknad köpeskilling i dotterbolag	–2 339	–
Förändring av uppskjutna skattefordringar	–291	–45
Förändring kapitalanskaffningskostnader	–2 700	–
Andelar i dotterbolag	–100	–
Utgående ackumulerade anskaffningsvärde	526 737	533 780
Avskrivningar		
Ingående ackumulerade avskrivningar	–1 863	–1 323
Årets avskrivningar	–904	–540
Förändring kapitalanskaffningskostnader	2 700	–
Utgående ackumulerade avskrivningar	–67	–1 863
UTGÅENDE PLANENLIGT RESTVÄRDE	526 670	531 917

Förutbetalda kapitalanskaffningskostnader avskrives över fem år, vilket baseras på moderbolagets amorteringstid av lån i kreditinstitut.

Not 15 Uppskjutna skattefordringar

KONCERNEN	2002-12-31	2001-12-31
Anläggningstillgångar		
Byggnader	-473	-490
Avsättningar		
Avsättning för pensioner	1 504	1 246
Dotterföretags underskottsavdrag	508	291
Summa	1 539	1 047
MODERBOLAGET	2002	2001
Avsättningar		
Lämnat aktieägartillskott till dotterföretag	-	291
Summa	-	291

Not 16 Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter

KONCERNEN	2002-12-31	2001-12-31
Förutbetalda försäkringar	2 605	5 178
Förutbetalda hyror	2 079	1 858
Upplupna ränteintäkter	121	-
Förutbetalda utställningskostnader	226	588
Övriga poster	7 857	3 976
Upplupna intäkter	24 858	61 789
Summa	37 746	73 389
MODERBOLAGET	2002-12-31	2001-12-31
Upplupna ränteintäkter	121	-
Summa	121	0

Not 17 Förändring av eget kapital

KONCERNEN	2002-12-31	2001-12-31
Bundet eget kapital		
Aktiekapital		
Belopp vid årets ingång enligt fastställd balansräkning	17 500	17 500
Nyemission	3 952	-
Belopp vid årets utgång	21 452	17 500
Bundna reserver		
Belopp vid årets ingång enligt fastställd balansräkning	56 642	32 096
Överkursfond	90 436	-
Förskjutning mellan bundet och fritt eget kapital	-1 398	24 546
Belopp vid årets utgång	145 680	56 642
Summa bundet eget kapital vid årets utgång	167 132	74 142

Noter

KONCERNEN	2002-12-31	2001-12-31
Fritt eget kapital		
Belopp vid årets ingång enligt fastställd balansräkning	271 982	221 851
Effekt av byte av redovisningsprincip uppskjuten skatt	–	855
Justerad ingående balans	271 982	222 706
Effekt av lösen av optionsprogram i samband med nyemission	–44 167	–
Kursdifferens	–16 207	20 313
Förskjutningar mellan bundet och fritt eget kapital	1 398	–24 546
Årets vinst	64 522	53 509
Summa fritt eget kapital vid årets utgång	277 528	271 982
MODERBOLAGET	2002-12-31	2001-12-31
Bundet eget kapital		
Aktiekapital		
Belopp vid årets ingång enligt fastställd balansräkning	17 500	17 500
Nyemission	3 952	–
Belopp vid årets utgång	21 452	17 500
Överkursfond		
Belopp vid årets ingång enligt fastställd balansräkning	2 891	2 891
Nyemission	90 436	–
Belopp vid årets utgång	93 327	2 891
Reservfond		
Belopp vid årets ingång enligt fastställd balansräkning	3 500	3 500
Belopp vid årets utgång	3 500	3 500
Summa bundet eget kapital vid årets utgång	118 279	23 891
Fritt eget kapital		
Belopp vid årets ingång enligt fastställd balansräkning	293 871	247 753
Effekt av byte av redovisningsprincip uppskjuten skatt	–	336
Justerad ingående balans	293 871	248 089
Effekt av lösen av optionsprogram i samband med nyemission	–46 139	–
Lämnat koncernbidrag	–6 722	–5 588
Skatteeffekt av koncernbidrag	1 882	1 565
Årets vinst	53 123	49 805
Summa fritt eget kapital vid årets utgång	296 015	293 871

Aktiekapitalet består av 10 725 758 st A-aktier á nominellt 2 kr. Föregående år bestod aktiekapitalet av 17 100 490 st A-aktier á nominellt 1 kr och 399 510 st B-aktier á nominellt 1 kr.

Not 18 Avsättning för pensioner och liknande förpliktelser

KONCERNEN	2002-12-31	2001-12-31
Avsättningar FPG/PRI pensioner	25 785	23 635
Övriga pensioner och liknande förpliktelser	5 373	4 451
Summa	31 158	28 086

Redovisning av pensioner följer de redovisningsprinciper som gäller i respektive land.

Per 2002-12-31 understeg de pensionstillgångar som skall täcka pensionsåtaganden i det engelska dotterföretag Kingfisher Wood Products Ltd, pensionsskulden med 52 827 kkr (36 979 kkr beaktat uppskjuten skatt) (föregående år 14 218 kkr beaktat uppskjuten skatt). Därvid har pensionsskulden i det engelska dotterföretag beräknats i enlighet med nya engelska redovisningsstandards och med antaganden baserade på engelsk praxis. Denna skillnad har i koncernbalansräkningen redovisats som en ansvarsförbindelse (not 25).

Till förmån för koncernchefen, har Ballingslöv AB ingått ett pensionsåtagande som skuldföres löpande. Avsättningen uppgick per balansdagen till 5 373 kkr (4 451 kkr).

Not 19 Uppskjuten skatteskuld

KONCERNEN	2002-12-31	2001-12-31
Skatteeffekt på överavskrivningar anläggningstillgångar	15 224	15 045
Skatteeffekt på obeskattade reserver	19 217	13 396
Övriga skatteskulder	-323	-189
Summa	34 118	28 252

Not 20 Avsättning för garantiåtaganden

KONCERNEN	2002-12-31	2001-12-31
Ingående värde	4 098	3 355
Årets avsättning	512	743
Summa	4 610	4 098

Not 21 Långfristiga skulder

KONCERNEN

Koncernen har en total beviljad checkräkningslimit, omräknad till balansdagskurs på 116 360 kkr (95 799 kkr), varav 29 395 kkr (33 982 kkr) har utnyttjats per 2002-12-31.

Av övriga långfristiga skulder förfaller 271 664 kkr (312 760 kkr) inom fem år efter balansdagen och resterande 1 715 kkr (0 kkr) förfaller efter 6 år eller mer.

MODERBOLAGET

Samtliga moderbolagets långfristiga skulder förfaller inom fem år efter balansdagen.

Not 22 Konvertibla förlagslån

I november 1998 utgavs konvertibla förlagslån samt teckningsoptionsprogram till ledande befattningshavare i koncernen.

Det första konvertibla förlagslånet var på högst 7 800 kkr. Vid full konvertering ökar antalet aktier med 600 000. Det andra konvertibla förlagslånet var på högst 3 003 kkr. Vid full konvertering ökar antalet aktier med 231 000.

Optionsprogrammen var på totalt 5 440 000 optioner (lika många aktier). Den optionspremie som erlagts i samband med tecknande av optioner kunde högst uppgå till 2 891 kkr och har redovisats under eget kapital som en överkursfond. Se vidare not 17.

I samband med börsintroduktionen 2002-06-19 inlöstes förlagslånen och optionsprogrammen. Inlösen medförde att av konvertibla förlagslån ökade antalet aktier med 308 138 st à nominellt 2 kr/aktie, samt av optionsprogrammen ökade antalet aktier med 417 620 st à nominellt 2 kr/aktie.

Not 23 Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter

KONCERNEN	2002-12-31	2001-12-31
Upplupna räntekostnader	4 092	5 515
Upplupna löner	8 348	7 073
Upplupna semesterlöner	15 147	18 253
Upplupna sociala avgifter	11 941	10 284
Övriga poster	12 075	26 166
Summa	51 603	67 291
 MODERBOLAGET	 2002-12-31	 2001-12-31
Upplupna räntekostnader	1 867	2 626
Summa	1 867	2 626

Not 24 Ställda säkerheter

KONCERNEN	2002-12-31	2001-12-31
För egna avsättningar och skulder		
Fastighetsinteckningar	43 282	27 655
Företagsinteckningar	4 250	4 250
Andelar i dotterföretag inkl säkerhet i förlagsmassa	727 763	785 161
Summa	775 295	817 066
 MODERBOLAGET	 2002-12-31	 2001-12-31
För egna avsättningar och skulder		
Andelar i dotterföretag	525 832	530 583
Summa	525 832	530 583

Not 25 Ansvarsförbindelser

KONCERNEN	2002-12-31	2001-12-31
Pensionsåtaganden, se även not 18.	37 495	14 691
Summa	37 495	14 691

MODERBOLAGET	2002-12-31	2001-12-31
Borgensåtaganden för dotterföretag	70 207	47 126
Summa	70 207	47 126

Not 26 Förvärv av dotterföretag

Under föregående år förvärvades företaget JKE Design i Stockholm AB. Totala värdet av förvärvade tillgångar och skulder, köpeskilling och påverkan på koncernens likvida medel var enligt följande:

	2002-12-31	2001-12-31
Övriga omsättningstillgångar	–	–141
Avsättningar	–	3
Kortfristiga skulder	–	34
Total köpeskilling	0	–104
Likvida medel i det förvärvade företaget	–	141
Totalt kassaflöde hänförligt till investeringar i dotterföretag	0	37

Not 27 Resultat från andelar i koncernföretag

MODERBOLAGET	2002	2001
Utdelningar från dotterföretag	100	11 923
Koncernbidrag från dotterföretag	105 500	91 500
Aktieägartillskott, lämnat	–	–1 040
Aktieägartillskott, erhållet	1 040	1 200
Nedskrivning aktier & andelar i Bad & Kökshuset i Stocksund AB	–2 413	–
Summa	104 227	103 583

Not 28 Bokslutsdispositioner

MODERBOLAGET	2002	2001
Avsättning till periodiseringsfond	–18 000	–15 700
Summa	–18 000	–15 700

Not 29 Andelar i dotterföretag

	ORG NR	SÄTE
Ballingslöv AB	556028-1429	Hässleholm, Sverige
Dansk Formplade Industri A/S	57 41 71 10	Herning, Danmark
Kingfisher Wood Products Ltd	34 71 086	Storrington, England
JKE Design A/S	63 27 10 12	Jerslev, Danmark
Bad & Kökshuset i Stocksund AB	556542-6482	Stockholm, Sverige
JKE Design i Stockholm AB	556583-9916	Stockholm, Sverige
Inredet HK AB	556468-2259	Stockholm, Sverige
Dotterbolag till JKE Design A/S		
JKE Design Oslo AS	96 44 18 470	Oslo, Norge
JKE Design Bergen AS	98 47 33 763	Bergen, Norge

Noter

	KAPITALANDEL, %	ANTAL AKTIER	REDOVISAT VÄRDE
Ballingslöv AB	100	90 000	139 624
Dansk Formplade Industri A/S	100	1	63 957
Kingfisher Wood Products Ltd	100	9 533 000	180 743
JKE Design A/S	100	1 000	140 787
Bad & Kökshuset i Stocksund AB	100	1 000	246
JKE Design i Stockholm AB	100	1 000	105
Inredet HK AB	50	500	475
Summa			525 937

Not 30 Obeskattade reserver

MODERBOLAGET	2002-12-31	2001-12-31
Periodiseringsfonder	55 527	37 527
Summa	55 527	37 527
Uppskjuten skatt i obeskattade reserver uppgår till	15 548	10 508

Not 31 Operationell leasing

KONCERNEN	2002	2001
Kostnader för leasing	12 384	7 374
Framtida betalningsåtaganden i koncernen för operationella leasingkontrakt.		
2003	2 800	
2004	3 116	
2005	2 653	
2006	2 243	
2007	1 095	
2008 och senare	28 362	
Kostnader för lokalhyror		
(Varav för vidareuthyrda lokaler 0 kkr (1 319 kkr))	7 865	6 256

Moderbolaget har inga operationella leasingavtal eller någon kostnad för lokalhyror.

Ballingslöv den 14 mars 2003

Lars-Åke Helgesson
STYRELSENS ORDFÖRANDE

Rainer Alfström

Fredrik Åtting

Svend Holst-Nielsen

Ronny Nilsson

Håkan Eriksson

Nils-Erik Danielsson
VERKSTÄLLANDE DIREKTÖR

Min revisionsberättelse har avgivits den 17 mars 2003.

Åke Christiansson
AUKTORISERAD REVISOR

Revisionsberättelse

TILL BOLAGSSTÄMMAN I BALLINGSLÖV INTERNATIONAL AB (PUBL)
Org nr 556556-2807

Jag har granskat årsredovisningen, koncernredovisningen och bokföringen samt styrelsens och verkställande direktörens förvaltning i Ballingslöv International AB (publ) för år 2002. Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för räkenskapshandlingarna och förvaltningen. Mitt ansvar är att uttala mig om årsredovisningen, koncernredovisningen och förvaltningen på grundval av min revision.

Revisionen har utförts i enlighet med god revisionssed i Sverige. Det innebär att jag planerat och genomfört revisionen för att i rimlig grad försäkra mig 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 mitt uttalande om ansvarsfrihet har jag granskat väsentliga beslut, åtgärder och förhållanden i bolaget för att kunna bedöma om någon styrelseledamot eller verkställande direktören är ersättningsskyldig mot bolaget. Jag har även granskat om någon styrelseledamot eller verkställande direktören på annat sätt har handlat i strid med aktiebolagslagen, årsredovisningslagen eller bolagsordningen. Jag anser att min revision ger mig rimlig grund för mina 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.

Jag tillstyrker att bolagsstämman fastställer resultaträkningen och balansräkningen för moderbolaget och för koncernen, disponerar vinsten i moderbolaget enligt förslaget i förvaltningsberättelsen och beviljar styrelsens ledamöter och verkställande direktören ansvarsfrihet för räkenskapsåret.

Ballingslöv den 17 mars 2003

Åke Christiansson
AUKTORISERAD REVISOR

Styrelse och revisorer



Styrelsen från vänster: Lars-Åke Helgesson, Rainer Alfström, Ronny Nilsson, Nils-Erik Danielsson, Mats Tullgren, Fredrik Åtting, Håkan Eriksson, Svend Holst-Nielsen och Lisbeth Klint.

LEDAMÖTER UTSEDDA AV BOLAGSSTÄMMAN

ORDFÖRANDE

Lars-Åke Helgesson

Född 1941.
Styrelseledamot sedan 1998.
Verkställande direktör för
Marinus Företagskapital
i Bromma AB.
*Övriga väsentliga
styrelseuppdrag:*
styrelseordförande i Generic
Systems Sweden AB,
Gothenburg Research Institute
Handelshögskolan i Göteborg,
Svensk Hus i Göteborg AB och
Translink Holding AB,
styrelseledamot i Brittisk-
Svenska Handelskammaren,
Crane AB, Industriens
Utredningsinstitut, Kungl.
Ingenjörsvetenskapsakademien,
LKAB och Styrelseakademien
Sverige.

Innehav i Ballingslöv:
77 000 aktier

LEDAMÖTER

Rainer Alfström

Född 1934.
Styrelseledamot sedan 1998.
*Övriga väsentliga
styrelseuppdrag:*
styrelseordförande i Rabatt-
varuhuset i Stockholm AB, sty-
relseledamot i Citata
Inter AB, Compatec AB, EHL
Elektriska Hushållsapparat AB,
Electrolux Talouskoneet Oy, The
Ingemar Stenmark Foundation
Fjällvinden Fund, Kotimaiset Oy
och ServLines utvecklingsfond.
Innehav i Ballingslöv:
11 538 aktier

Nils-Erik Danielsson

**Verkställande direktör och
koncernchef.**
Född 1944.
Styrelseledamot sedan 1998.
*Övriga väsentliga
styrelseuppdrag:*
styrelseledamot i Anders
Skooghs Byggnads AB,
Bröderna Skooghs Förvaltnings
AB, Kabe Husvagnar AB,

Sydsvenska Industri- och
Handelskammaren AB och NB
Bil AB.

Innehav i Ballingslöv:
204 680 aktier

Svend Holst-Nielsen

Född 1940.
Styrelseledamot sedan 1998.
*Övriga väsentliga
styrelseuppdrag:*
styrelseordförande i Dometic
International AB, HemoCue AB,
Lindab AB, Spendrups AB,
Sydsvenska Industri-
och Handelskammaren och
Unilever AB, styrelseledamot
i Besthand AB, Bilia AB, Lunds
universitet, S Reg AB och
Wallgrund AB (Wallenius-
rederierna).

Innehav i Ballingslöv:
19 250 aktier

Fredrik Åtting

Född 1968.
Styrelseledamot sedan 1998.
Partner i EQT Partners AB.
*Övriga väsentliga
styrelseuppdrag:*
styrelseledamot i Dometic
International AB, HemoCue AB
och Bewator Group AB.
Innehav i Ballingslöv:
10 000 aktier

LEDAMÖTER UTSEDDA AV PERSONALEN

Håkan Eriksson.

Född 1967.
Styrelseledamot (arbets-
tagarrepresentant)
sedan 1999.

Innehav i Ballingslöv: 0 aktier

Ronny Nilsson.

Född 1956.
Styrelseledamot (arbets-
tagarrepresentant)
sedan 1998.

Innehav i Ballingslöv: 0 aktier

Lisbeth Klint.

Född 1956.
Styrelsesuppleant (arbetstagar-
representant) sedan 1999.
Innehav i Ballingslöv: 0 aktier
Mats Tullgren.
Född 1949.
Styrelsesuppleant (arbetstagar-
representant) sedan 2001
Innehav i Ballingslöv: 0 aktier

REVISORER

ORDINARIE

Åke Christiansson.

Född 1954.
Auktoriserad revisor Öhrlings
PricewaterhouseCoopers.
Revisor i Ballingslöv sedan
1998.

SUPPLEANT

Bengt Nilsson.

Född 1957.
Auktoriserad revisor Öhrlings
PricewaterhouseCoopers.
Revisorsuppleant i Ballingslöv
sedan 1998.

Fem år i sammandrag

Resultaträkning

MKR	UTFALL		PROFORMA		
	2002	2001	2000	1999	1998
Nettoomsättning	1 159,6	1 233,9	1 100,4	988,8	931,1
Rörelseresultat före avskrivningar (EBITDA)	167,1	162,7	146,9	131,8	103,6
Rörelseresultat före GW avskrivningar (EBITA)	142,2	135,2	121,5	107,8	78,6
Rörelseresultat (EBIT)	119,1	111,9	99,4	86,0	56,9
Periodens resultat	64,5	53,5	43,5	34,5	19,3
Periodens resultat exklusive GW avskrivningar	87,6	76,8	65,7	56,3	40,9
EBITDA marginal, %	14,4	13,2	13,3	13,3	11,1
EBITA marginal, %	12,3	11,0	11,0	10,9	8,4
EBIT marginal, %	10,3	9,1	9,0	8,7	6,1

Balansräkning

MKR	UTFALL		PROFORMA		
	2002	2001	2000	1999	1998
Goodwill och varumärken	351,1	390,0	394,9	400,0	429,0
Materiella och finansiella anläggningstillgångar	214,4	199,6	191,0	173,7	159,4
Totala anläggningstillgångar	565,5	589,6	585,9	573,7	588,4
Rörelsetillgångar	402,1	412,8	339,5	292,6	268,8
Likvida medel	73,1	29,1	39,2	81,3	84,1
Totala kortfristiga tillgångar	475,2	441,9	378,7	373,9	352,9
TOTALA TILLGÅNGAR	1 040,7	1 031,5	964,6	947,6	941,3
Eget kapital och minoritetsintresse	445,0	346,6	272,0	232,8	193,0
Räntebärande skulder och avsättningar	370,9	430,6	458,5	488,0	535,8
Ej räntebärande skulder och avsättningar	224,8	254,3	234,1	226,8	212,5
Totala skulder	595,7	684,9	692,6	714,8	748,3
TOTALT EGET KAPITAL OCH SKULDER	1 040,7	1 031,5	964,6	947,6	941,3

Fem år i sammandrag

Kassaflödesanalys

MKR	UTFALL		PROFORMA		
	2002	2001	2000	1999	1998
Rörelseresultat	119,1	111,9	99,4	86,0	56,9
Avskrivningar	48,0	50,8	47,6	45,8	46,6
Övriga ej likviditetspåverkande poster	3,8	4,1	3,7	3,6	2,3
Finansnetto	-20,1	-31,7	-27,5	-25,2	-26,0
Skatt	-29,4	-31,8	-44,1	-22,1	-14,4
Kassaflöde före förändring i rörelsekap.	121,4	103,3	79,1	88,1	65,4
Förändring i rörelsekapital	-24,8	-40,3	-35,2	-10,3	18,2
Kassaflöde från den löpande verksamheten	96,6	63,0	43,9	77,8	83,6
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-47,8	-27,2	-42,3	-43,2	-23,6
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	-4,7	-45,7	-54,6	-54,0	-49,3
Periodens kassaflöde	44,1	-9,9	-53,0	-19,4	10,7

Nyckeltal 5 år

	UTFALL		PROFORMA		
	2002	2001	2000	1999	1998
Avkastningsmått					
Avkastning på eget kapital, %	16,3	17,3	17,3	16,2	–
Avkastning på sysselsatt kapital, %	15,6	15,5	14,3	12,5	–
Avkastning på totalt kapital, %	12,0	11,7	10,8	9,6	–
Kapitalstruktur					
Räntetäckningsgrad, ggr	5,0	3,7	3,3	3,0	1,9
Skuldsättningsgrad, ggr	0,8	1,2	1,7	2,1	2,8
Nettoskuld inklusive pensionsavsättningar, Mkr	297,8	401,5	419,3	406,7	451,7
Soliditet, %	42,8	33,6	28,2	24,6	20,5
Investeringar					
Nettoinvesteringar, Mkr	47,8	27,2	42,3	43,2	23,6
Aktien					
Vinst per aktie, kr	6,61	6,11	4,97	3,94	2,21
Vinst per aktie exklusive goodwill, kr	8,98	8,78	7,50	6,43	4,69
Medarbetare					
Medeltal antal anställda	816	861	850	800	793

Definitioner

Avkastning på eget kapital

Resultat efter full skatt i procent av genomsnittligt eget kapital.

Avkastning på sysselsatt kapital

Resultat efter finansnetto plus finansiella kostnader i procent av genomsnittligt sysselsatt kapital. Med sysselsatt kapital avses balansomslutningen minskad med icke räntebärande skulder inklusive uppskjutna skatteskulder.

Avkastning på totalt kapital

Resultat efter finansnetto plus finansiella kostnader i procent av genomsnittlig balansomslutning.

Bruttomarginal (EBITDA-marginal)

Rörelseresultat före avskrivningar i procent av periodens nettoomsättning.

Bruttoresultatmarginal

Vinst efter kostnad för sålda varor efter avskrivningar på koncernmässig goodwill och övriga immateriella anläggningstillgångar (hänförliga till kostnad för sålda varor) i procent av periodens nettoomsättning.

Bruttovinstmarginal

Vinst efter kostnad för sålda varor i procent av periodens nettoomsättning.

Börsvärde

Aktiekursen vid årets utgång multiplicerat med antal aktier.

Direktavkastning

Utdelning i procent av aktiekurs vid årets utgång.

Eget kapital per aktie

Eget kapital dividerat med antal utestående aktier på balansdagen.

Genomsnittligt eget kapital

Eget kapital vid verksamhetsårets ingång och utgång dividerat med två.

Genomsnittligt sysselsatt kapital

Sysselsatt kapital vid verksamhetsårets ingång och utgång dividerat med två.

Genomsnittligt totalt kapital

Totalt kapital vid verksamhetsårets ingång och utgång dividerat med två.

Nettoskuld

Nettot av räntebärande skulder och avsättningar minus räntebärande tillgångar inklusive likvida medel.

P/E-tal

Aktiekursen dividerad med resultat per aktie.

P/E-tal exklusive goodwill

Aktiekursen dividerad med resultat per aktie med återlagda goodwillavskrivningar och avskrivningar på övriga immateriella anläggningstillgångar.

Räntetäckningsgrad

Resultat efter finansnetto plus finansiella kostnader dividerat med finansiella kostnader.

Rörelsemarginal (EBIT-marginal)

Rörelseresultat efter avskrivningar i procent av periodens nettoomsättning.

Rörelsemarginal före goodwillavskrivningar (EBITA-marginal)

Rörelseresultat efter avskrivningar exklusive goodwillavskrivningar och avskrivningar på övriga immateriella anläggningstillgångar i procent av periodens nettoomsättning.

Skuldsättningsgrad

Räntebärande skulder dividerat med eget kapital.

Soliditet

Eget kapital inklusive minoritetsintressen i procent av balansomslutningen.

Utdelningsandel

Utdelning i procent av vinst per aktie vid årets utgång.

Utdelning per aktie

Totalt utdelat belopp dividerat med totalt antal aktier.

Vinst per aktie

Resultat efter skatt dividerat med genomsnittligt antal aktier.

Vinst per aktie exklusive goodwill

Resultat efter skatt med återlagda goodwillavskrivningar och avskrivningar på övriga immateriella anläggningstillgångar dividerat med genomsnittligt antal aktier.

Vinstmarginal

Resultat efter finansiella poster i procent av periodens nettoomsättning.

Inbjudan till bolagsstämma

ORDINARE BOLAGSSTÄMMA

Ordinarie bolagsstämma äger rum
onsdagen den 16 april 2003, kl 17.00
i Ballingslöv AB:s lokaler i Ballingslöv.

Före mötet ges möjlighet till fabriksvisning/produktpresentation kl 15.30.

REGISTRERING OCH ANMÄLAN

Aktieägare som önskar delta i bolagsstämman skall

- ▶ dels vara införd i den av VPC AB förda aktieboken senast den 4 april 2003.
- ▶ dels anmäla sitt deltagande till bolaget under adress:
Ballingslöv International AB (publ),
att: Ingela Ekman, 281 87 Ballingslöv,
eller per telefon 0451-46117, eller per fax 0451-46283,
eller per epost, ingela.ekman@ballingslov.se
senast måndagen den 14 april kl 16.00.
Telefonanmälan kan göras vardagar mellan 9.00 och 16.00.
Vid anmälan skall uppges namn, adress, personnummer/organisationsnummer
och telefonnummer dagtid.

För aktieägare som företräds av ombud bör fullmakt översändas tillsammans med anmälan. Den som företräder juridisk person skall förete kopia av registreringsbevis eller motsvarande behörighetshandlingar som utvisar behörig firmatecknare.

Aktieägare, som låtit förvaltarregistrera sina aktier, måste tillfälligt inregistrera aktierna i eget namn hos VPC AB för att äga rätt att delta i stämman. Sådan omregistrering måste vara genomförd senast fredagen den 4 april och förvaltaren bör således underrättas härom i god tid före nämnda datum.

UTDELNING

Styrelsen föreslår att utdelningen för verksamhetsåret 2002 fastställs till 2,50 kronor per aktie. Som avstämningsdag för rätt att erhålla utdelning föreslås onsdagen den 23 april 2003. Om bolagsstämman beslutar i enlighet med förslaget, beräknas utdelning sändas ut genom VPC:s försorg måndagen den 28 april 2003.

ADRESSER

Ballingslöv International AB **Org. nr. 556556-2807**

Koncernens huvudkontor

281 87 Ballingslöv
Tel: 0451-460 00
Fax: 0451-462 83
info@ballingslov.se
www.ballingslov.se

Ballingslöv AB

Huvudkontor

Ballingslöv AB
281 87 Ballingslöv
Tel: 0451-460 00
Fax: 0451-462 99

Försäljningskontor

Ballingslöv AB
Box 36
125 21 Älvsjö
Tel: 08-647 43 40
Fax: 08-647 43 49

Drømmekjøkkenet AS
PO-Boks 254
Heimdal
7474 Trondheim
Norge
Tel: +47 72 88 94 94
Fax: +47 72 88 99 83
dromme@online.no
www.drommekjokkenet.no

ABT Køkken & Bad
Skovbrynet 11
8800 Viborg
Danmark
Tel: +45 86 60 34 32
Fax: +45 86 60 24 32
www.abt.dk

Dansk **Formpladeindustri A/S**

Huvudkontor

Hammershusvej 1
7400 Herning
Danmark
Tel: +45 97 22 25 22
Fax: +45 97 21 68 65
info@dfi-as.dk
www.dfi-as.dk

Försäljningskontor

Danlamin
Bavne Alle 6A
8370 Hadsten
Danmark
Tel: +45 86 91 49 88
Fax: +45 86 91 49 33
danlamin@danlamin.dk
www.danlamin.dk

Kingfisher Wood **Products Ltd**

Huvudkontor

Water Lane, Storrington
West Sussex
RH20 3DS
England
Tel: +44 19 03 74 33 22
Fax: +44 19 03 74 21 40
info@paularosa.com
www.paularosa.com

JKE Design A/S

Huvudkontor

Gl. Klæstrupvej 75
9740 Jerslev
Danmark
Tel: +45 96 46 82 00
Fax: +45 98 83 17 38
info@jke-design.dk
www.jke-design.dk

Försäljningskontor

JKE Design Oslo AS
Bygdøyalle 34
0265 Oslo 2
Norge
Tel: +47 22 43 44 70
Fax: +47 22 43 42 90

JKE Design Stockholm AB
Sveavägen 109
11350 Stockholm
Tel: 08-330710
Fax: 08-331710

JKE Design Bergen AS
Postboks 2466
Solheimsvik
5054 Bergen
Norge
Tel: +47 55207300
Fax: +47 55207301



Ballingslöv®

Ballingslöv International AB (publ), 281 87 Ballingslöv
Tel: 0451-460 00. Fax: 0451-462 83. Epost: info@ballingslov.se Internet: www.ballingslov.se