

Presskommuniké

00.10.18

Magic House AB (publ.)

Bokslutskommuniké januari – september 2000

Resultat och viktiga händelser i korthet

- Fakturerad försäljning uppgår till 11,5 Mkr (16,6 Mkr)
- Resultatet för perioden uppgår till - 2,6 Mkr (- 3,6 Mkr)
- Nettoresultat per aktie (jan-sep) - 0,31 kr (- 0,49 kr)
- Minskad försäljningsvolym och ökad goodwill kommer att ge ett resultat på – 3,8 Mkr för år 2000
- Nytt avtal med Mellanöstern innebär resultat- och omsättningsminskning under perioden på ca 1 Mkr (se under Marknadsöversikt Mellanöstern)
- Bolaget har under perioden bytt firma till Magic House AB (publ.)
- Avtal har slutits med Hartwig Delikatesser AB om försäljning och distribution av varumärkena Nice, Niagara och Water For Life för den svenska marknaden
- Introduktion på den cypriotiska marknaden
- Bolaget har fått nya huvudägare

Kommentar av vd Jonas Jaenecke:

”Perioden har präglats av lägre försäljningsvolymmer än förväntat i Skandinavien, fokuseringen på Magic från distributören Pripps har minskat.

Prövningsprocessen hos myndigheterna i Mellanöstern har försenat introduktionen av Magic Mind Booster ytterligare. Lanseringskampanjen för Magic Mind Booster finns färdig. I samband med godkännandet är en kraftig marknadssatsning planerad för både Recovery och Mind Booster samt introduktion på flera marknader i Mellanöstern. Det nya avtalet för Mellanöstern (se under Marknadsöversikt Mellanöstern) öppnar vägen för bättre marknadstäckning och ökade försäljningsvolymmer. Avtalet kommer att ge full effekt under 2001.

I England har lanseringen påbörjats på barer och restauranger i Londenområdet. För att nå volymmarknaderna är nästa steg en introduktion inom servicehandeln.

Goodwillavskrivningar i samband med förvärvet av varumärken och produkter inom Nordic Drinks belastar årets resultat med 1 Mkr. Detta tillsammans med minskad försäljning innebär att Magic House kommer att redovisa en förlust om 3,8 Mkr för innevarande år, jämfört med tidigare prognos om en vinst om 0,5 Mkr.”

Marknadsöversikt

Skandinavien

I Skandinavien har försäljningen under perioden stabiliserats på en låg nivå på grund av närmast obefintligt marknadsföring och dålig distribution. Distributören har inte fokuserat på Magic. Från Magic House´s sida konstateras att denna situation är otillfredställande.

Samarbetsavtal har slutits med Hartwig Delikatesser AB om försäljning och distribution av produkter under varumärkena Nice, Niagara och Water For Life för den svenska marknaden. Vi tror att Hartwigs långa erfarenhet av försäljning och distribution mot dagligvaruhandeln, restauranger och servicehandeln kommer att ge oss goda möjligheter att nå ut till en bred publik.

Island

Den isländska marknaden är en fortsatt framgång för Magic. Konkurrenten har skärpts på en mogen marknad. Magic är fortsatt överlägsen marknadsledare med stabil försäljning.

Grekland

Försäljning och distribution påbörjades åter under andra kvartalet och har utvecklas bra. Arbete pågår för att stärka Magic´s position på marknaden.

Cypern

Magic House har under perioden påbörjat lanseringen på Cypern tillsammans med en av de ledande distributörerna. Det inledande arbetet kommer att ge resultat först år 2001.

Mellanöstern

Magic är marknadsledare på de marknader där vi finns etablerade i regionen. Nytt avtal har tecknats för Mellanöstern. Avtalet innebär att Magic House får en minimi royalty för hela området på årsbasis, vid en viss uppnådd volym utfaller dessutom en royalty per såld enhet på årsbasis. Det nya avtalets utformning ger kortsiktigt en resultatförsämring under kvartal 3 motsvarande ca 1 Mkr motsvarande försämring för kvartal 4 beräknas bli ca 0,7 Mkr. Intäkterna från avtalet kommer i stället att genereras under 2001. Detta avtal förväntas ge väsentliga volymökningar, dels genom vår samarbetspartners marknadskunskap och dels genom närhet till marknaden. Samtidigt som introduktioner i flera länder i regionen planeras. Sammantaget bör detta på sikt generera avsevärt högre royaltyintäkter de närmaste åren.

Inom ramen för avtalet ingår också en lansering på den viktiga saudiarabiska marknaden inom 6 månader. Detta beräknas ge betydande försäljningsvolym och intäkter under 2001. Den lokala partnern förbinder sig i avtalet att satsa ett ansevärt belopp för att bygga varumärket i hela regionen.

Storbritannien

Arbetet med att etablera Magic på viktiga klubbar och barer i London är nu genomfört. Nästa steg i lanseringen är etablering och försäljning via servicehandeln. Detta är det första steget mot större försäljningsvolym. Förhoppningarna på utvecklingen i England är fortsatt stora.

Australien

I Australien har försäljningen varit vilande under perioden. Vi har ännu inte hittat en tillräckligt bra samarbetspartner som kan fylla produkten i rätt sorts förpackning och som kan garantera god försäljnings- och distributionstäckning. Arbetet med att hitta samarbetspartner fortgår.

Asien

Under perioden har fokus riktats mot framförallt Hongkong. Vi har nu kommit överens med en distributör som kommer att ansvara för försäljning och distribution i området.

Planerade händelser under hösten

- Introduktion av Mind Booster skall genomföras i Mellanöstern.

- Förhandlingar om etablering på nya marknader i Mellanöstern pågår, försäljningen bedöms komma i gång under andra halvåret. Marknadsundersökningar i Mellanöstern visar att det i vissa områden finns en varumärkeskännedom på 40 procent, vilket är högt eftersom vi funnits i området i mindre än 2 år. Kommande marknadsförings-satsningar är baserade på dessa undersökningar.
- Marknadsföringsinsatser kommer att genomföras i Mellanöstern under hösten.
- Provförsäljning av varumärkena Nice, Niagara och Water For Life fortgår på flera marknader.

Nästa rapport: Bokslutskommuniké 14 februari 2001
Årsredovisning april 2001

Bilagor: Balans- och resultaträkning samt kassaflödesanalys, bolagets revisor har gjort en översiktlig granskning.

För ytterligare information:

Vd, Jonas Jaenecke 08-40 60 800

Magic House AB (publ)
Org nr 556536-0954

Resultaträkning

	2000-01-01	1999-01-01
<i>Belopp i tkr</i>	Not 2000-09-30	1999-09-30
Nettoomsättning	11 501	16 583
	11 501	16 583

Rörelsens kostnader

Råvaror och förnödenheter		-4 733	-6 243
Övriga externa kostnader	1	-5 519	-9 599
Personalkostnader		-2 327	-3 408
Avskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar	2	<u>-1 403</u>	<u>-720</u>
Rörelseresultat		-2 481	-3 387

Resultat från finansiella poster

Övriga ränteintäkter och liknande resultatposter	136	93
Räntekostnader och liknande resultatposter	<u>-280</u>	<u>-282</u>

Resultat före skatt	-2 625	-3 576
----------------------------	---------------	---------------

Skatt på periodens resultat	<u>-</u>	<u>-</u>
Periodens resultat	-2 625	-3 576

Belopp i tkr		2000-09-30	1999-09-30
TILLGÅNGAR			
ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR			
<u>Immateriella anläggningstillgångar</u>			
Varumärke	3	19 675	6 045
		19 675	6 045
<u>Materiella anläggningstillgångar</u>			
Inventarier		196	321
		196	321
<u>Finansiella anläggningstillgångar</u>			
Andra långfristiga värdepappersinnehav	4	480	63 905
Långfristig fodran	5	28 000	
		28 480	63 905
Summa anläggningstillgångar		48 351	70 271
OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR			
<u>Varulager m.m.</u>			
Färdiga varor och handelsvaror		926	1 340
		926	1 340
<u>Kortfristiga fordringar</u>			
Kundfordringar		4 195	4 218
Övriga fordringar	6	2 515	667
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter		2 691	6 865
		9 401	11 750
Kassa och bank		26	693
Summa omsättningstillgångar		10 353	13 783
SUMMA TILLGÅNGAR		58 704	84 054

Balansräkning

<i>Belopp i tkr</i>	2000-09-30	1999-09-30
---------------------	------------	------------

EGET KAPITAL OCH SKULDER

EGET KAPITAL

Bundet eget kapital

Aktiekapital	2 111	1 840
Överkursfond	<u>50 145</u>	<u>73 627</u>
	52 256	75 467

Ansamlad förlust

Periodens resultat	-2 625	-3 576
	<u>-2 625</u>	<u>-3 576</u>
	49 631	71 891

Långfristiga skulder

Checkräkningskredit	7	<u>3 888</u>	<u>5 390</u>
		3 888	5 390

Kortfristiga skulder

Leverantörsskulder	2 027	884
Övriga skulder	151	1 382
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	<u>3 007</u>	<u>4 507</u>
	5 185	6 773

SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	58 704	84 054
---------------------------------------	---------------	---------------

Magic House AB (publ)
Org nr 556536-0954

Not 1 Övriga externa kostnader

	2000-01-01- 2000-09-30	1999-01-01 1999-09-30
<i>Belopp i tkr</i>		
Marknadsförings- och resekostnade	1 863	5 320
Kostnader i samband med förvärv av rörelse, Nordic Drinks	495	-
Övrigt	<u>3 163</u>	<u>4 279</u>
	5 519	9 599

Not 2 Avskrivning av materiella och immateriella anläggningstillgångar

	2000-01-01- 2000-09-30	1999-01-01 1999-09-30
<i>Belopp i tkr</i>		
Varumärke Magic	675	675
Varumärken Nice, Water for Life, Niagara	632	-
Inventarier	<u>96</u>	<u>45</u>
	1 403	720

Not 3 Varumärken

		2000-09-30	1999-09-30
<i>Belopp i tkr</i>			
Varumärke Magic			
Planenligt restvärde 2000-01-01	5 820		
Periodens avskr. enl. plan	<u>- 675</u>		
Planenligt restvärde 2000-06-30	5 145	5 145	6 045
Varumärken Nice, Water for Life, Niagara			
Planenligt restvärde 2000-05-01	15 162		
Periodens avskr. enl. plan	<u>- 632</u>		
Planenligt restvärde 2000-09-30	14 530	<u>14 530</u>	-
		19 675	6 045

Not 4 Andra långfristiga värdepappersinnehav

		2000-09-30	1999-09-30
<i>Belopp i tkr</i>			
PriMa Nordic Functional KB	49 %	480	480
Global Essence Investments Ltd, Hong Kong	100 %	-	63 325
Global Essence Svenska AB	100 %	<u>-</u>	<u>100</u>
		480	63 905

Not 5 Långfristig fordran

	2000-09-30	1999-09-30
<i>Belopp i tkr</i>		
Global Essence Svenska AB	<u>28 000</u>	-
	28 000	-

Magic House AB (publ)
Org nr 556536-0954

Not 6 Övriga fordringar

<u>Belopp i tkr</u>	<u>2000-09-30</u>	<u>1999-09-30</u>
Global Essence Svenska AB	1 000	-
Övrigt	<u>1 515</u>	<u>667</u>
	2 515	667

Not 7 Checkräkningskredit

<u>Belopp i tkr</u>	<u>2000-09-30</u>	<u>1999-09-30</u>
Beviljad kreditlimit	4 000	7 000
Outnyttjad del	<u>- 112</u>	<u>- 1 610</u>
Utnyttjat kreditbelopp	3 888	5 390

Magic House AB (publ)
Org nr 556536-0954

KASSAFLÖDESANALYS

<i>Belopp i TKR</i>	2000-01-01 - 2000-09-30	1999-01-01 - 1999-09-30
Den löpande verksamheten		
Resultat före finansiella poster	- 2 481	- 3 387
Erhållen ränta	136	93
Erlagd ränta	<u>- 280</u>	<u>- 282</u>
Resultat efter finansiella poster	- 2 625	- 3 576
Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet, m.m.		
Avskrivningar	<u>1 403</u>	<u>720</u>
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital	-1 222	- 2 856
<i>Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital</i>		
Ökning(-)/Minskning(+) av varulager	844	167
Ökning(-)/Minskning(+) av rörelsefordringar	3 827	-3 051
Ökning(+)/Minskning(-) av rörelseskulder	<u>-4 775</u>	<u>6 558</u>
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-1 326	818
Investeringsverksamheten		
Avyttring av dotterföretag	29 100	-
Lämnat långfristigt lån	-28 000	-
Anskaffning av dotterbolag	-	-100
Förvärv av immateriella anläggningstillgångar	-15 162	-
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	<u>-15</u>	<u>-33</u>
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-15 403	685
Finansieringsverksamheten		

Nyemission	15 162	-
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	15 162	0
Årets kassaflöde	-241	685
Likvida medel vid årets början	<u>267</u>	<u>8</u>
Likvida medel vid årets slut	26	693