







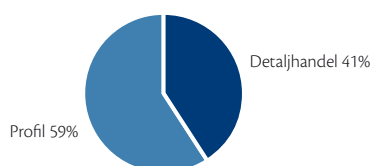
Innehåll

2007 i sammandrag	2
VD har ordet	4
Detta är New Wave Group	6
New Wave Group i världen	8
Det lilla bolagets flexibilitet med det stora bolagets synergier	10
Affärsområde Profil	12
Affärsområde Detaljhandel	18
Miljö och etik	24
Bolagsstyrning	27
Aktien	32
Koncernens utveckling i sammandrag	34
Ekonomisk information	35
Våra varumärken	66
Adresser	70
Styrelse och Female Advisory Board	72
Ledning och Revisorer	73

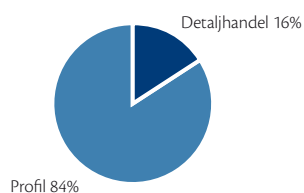
2007 i sammandrag

- Under 2007 ökade New Wave Groups försäljning med 19% till 4 194 (3 531) MSEK.
- Den starka kronan, produktionsstörningar samt fortsatta problem i omstrukturingsbolagen påverkade omsättningen och resultatet inom Affärsområde Detaljhandel negativt under det så viktiga fjärde kvartalet.
- Under 2007 ökade resultatet efter finansiella poster med 24,8 MSEK och uppgick till 315 (290) MSEK.
- Resultatet efter skatt uppgick till 231 (227) MSEK och vinsten per aktie ökade till 3,49 (3,47) kr.
- Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till 83 (281) MSEK och efter investeringar till -1 083 (232) MSEK.
- Affärsområdet Profil ökade försäljningen med 15% till 2 473 (2 146) MSEK. Resultatet före räntor, skatt och avskrivningar (EBITDA) ökade med 98 MSEK och uppgick till 386 (288) MSEK.
- Affärsområdet Detaljhandel ökade försäljningen med 24% till 1 721 (1 385) MSEK. Resultatet före räntor, skatt och avskrivningar (EBITDA) försämrades med 23 MSEK och uppgick till 74 (97) MSEK.
- Torsten Jansson tillträdde rollen som arbetande styrelseordförande och Göran Härstedt, tidigare vVD blev VD.
- Bolaget genomförde det hittills största förvärvet, av det amerikanska golfklädesbolaget Cutter & Buck.
- Förberedelser skedde inför USA-lansering av koncernens största profilklädeskoncept – New Wave & Clique och av Europalansering av golfklädesvarumärket Cutter & Buck.
- Orrefors Kosta Boda utvecklades fortsatt positivt, men minskade lönsamheten på försäljningen i USA, orsakad av US-dollarans försvagning, samt lägre bruttovinster på grund av högre energikostnader och produktionsstörningar.

Försäljning per affärsområde



Resultat (EBITDA) per affärsområde



Nyckeltal	2007	2006
Omsättning, MSEK	4 194,0	3 531,0
Resultat före avskrivningar, MSEK	459,7	384,9
Resultat efter avskrivningar, MSEK	405,8	344,8
Resultat efter finansnetto, MSEK	315,0	290,2
Bruttovinstmarginal, %	47,6	47,9
Eget kapital, MSEK	1 438,2	1 310,7
Avkastning på eget kapital, %	17,1	18,7
Avkastning på sysselsatt kapital, %	12,8	12,9
Antal anställda	2 350	2 207
Vinst per aktie, kr	3,49	3,47
Eget kapital per aktie, kr	21,68	20,03



Utöver Annika Sörenstam samarbetar Cutter & Buck med Stuart Appleby, en av världens högst rankade golfspelare.



VD har ordet

”Trots problemen och den svaga avslutningen för detaljhandelverksamheten kan vi återigen ståta med en ökning av såväl vinsten som försäljningen – för 17:e året i rad.”

Mitt första år som VD och koncernchef för New Wave Group blev på många sätt spännande, omtumlande och mot slutet av året direkt drastiskt. Det hände mycket under 2007. 2007 blev ännu ett händelserikt år i New Wave Groups historia. Vi genomförde det största förvärvet någonsin och vi förberedde våra två största etableringar i form av lanseringen av profklädeskonceptet New Wave & Clique i USA samt golfklädesvarumärket Cutter & Buck på tre marknader i Europa inom Profil. Därtill har New Wave en ny koncernledning med mig som VD och Torsten Jansson, nu som arbetande styrelseordförande, kompletterad med nya regions- och affärsområdesansvariga.

Tyvärr innebar även 2007 ett flertal problem vilket ledde till stora prövningar för New Wave. Sortiment- och försäljningsproblem i de svenska bolagen inom presentreklam, stora minskningar inom tradingen, strukturproblem inom transfer- och tryckverksamheten. Därtill vek marknaden i USA, US-dollar försvagades och det blev återigen en mycket mild vinter med påföljande omsättningsminskningar inom såväl affärsområde Profil som Detaljhandel.

Trots problemen och den svaga avslutningen för detaljhandelverksamheten kan vi återigen ståta med en ökning av såväl vinsten som försäljningen – för 17:e året i rad. Det beror givetvis på att vi har en lång rad företag som presterar fantastiska resultat och tillväxtsiffror. Vårt Italien-bolag, Textet-bolagen i mellersta Europa, New Wave-bolagen i Norge och Danmark, Craft, Pax och ProJob är exempel på företag inom New Wave som gjorde lysande insatser under 2007.

Förvärvet av Cutter & Buck gjorde att vi ändrade våra ursprungliga planer på nyetableringar och investeringar under 2007. Kapitalet mobiliserades för Cutter & Buck-förvärvet och planerade nyetableringar har skjutits upp. Hitills har integrationen gått enligt plan och synergierna är många. Vi har nu en plattform på den amerikanska marknaden för lanseringen av våra europeiska profilkoncept, som startas med etableringen av vårt största och bredaste profilkädeskoncept – New Wave & Clique. Avsparken skedde på den stora profilmässan i Las Vegas i mitten av januari 2008. Samma säljkår, logistik och distribution används. Genom Cutter & Buck har vi också fått ett

fantastiskt golfklädesvarumärke som fungerar bra inom både Profil och Detaljhandeln. Det är ett av de största golfvarumärkena inom Profilen i USA, men ett av de minsta i Europa – det är som gjort för distribution genom våra bolag i Europa som på många marknader har en stark ställning. Kan US-dollar hållas någorlunda i schack och detaljhandeln i USA inte vika alltför kraftigt har Cutter & Buck alla möjligheter att fortsätta bidra mycket positivt till koncernen.

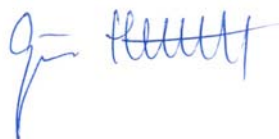
Orrefors Kosta Boda har på många sätt fortsatt att utvecklas positivt, men har drabbats hårt av minskad lönsamhet på försäljningen i USA, orsakad av US-dollarns försvagning. Därtill ökade produktionskostnaderna vilket försvagade lönsamheten under fjärde kvartalet. Det krävs fortfarande många åtgärder inom Orrefors Kosta Boda för att nå en acceptabel lönsamhet. Försäljningsökningarna måste bli än högre och effektiviteten måste förbättras. Distributionen måste också breddas, särskilt i USA och på övriga marknader där varumärkena sedan tidigare har en stark ställning, och vi måste fortsätta satsa på nya marknader som Kina, Mellanöstern och Ryssland.

Mina förväntningar på 2008 är höga och jag förväntar mig att vi ökar vinsten och försäljningen för 18:e året i rad. Med det sagt har jag ändå problemen under 2007 i färskt minne. Vi har mycket att förbättra och arbetet är i skrivande stund intensivt inriktat på att sänka kostnaderna, öka effektiviteten, förbättra kassaflödena och minska kapitalbindningen – samtidigt som vi skall förbättra tillväxten. Det är en riktigt stor utmaning, men fullt

möjlig att genomföra. Vi har också mycket positivt att se fram emot under 2008; New Wave & Clique-etableringarna i USA, Cutter & Buck-etableringen på Profil i Sverige, Norge och Danmark, EM i fotboll med förväntad Umbro-försäljning. Vi har också fortsatta butiksetableringar för Orrefors Kosta Boda i Kina, distributionen av Speedo i Sverige, Norge och Danmark, det nya COOP-avtalet som börjar få betydelse, Craft som går från klarhet till klarhet och nu med en ny satsning på en alpinkollektion.

Konjunkturen är ett stort samtalsämne och vad en försvagning i USA, Sverige och övriga Europa kan medföra för New Wave är svårt att säga. Vi är inställda och förberedda på en sämre konjunktur på våra största marknader, och vi ska ändå kunna fortsätta att växa. Vi är i alla led ett utpräglat tillväxtföretag där personalen utan tvekan är den viktigaste tillgången, även om vår verksamhet går ut på att sälja koncept, innehållande produkter med tilläggstjänster. Tillväxt skapar vi genom att vara bättre än konkurrenterna, snabbare än andra, enklare och mer jordnära i kundrelationerna och den med högst vilja att åstadkomma saker.

2008 blir för oss ett fokuseringsår, då vi kommer att leverera fortsatt tillväxt.



Göran Härstedt
VD och koncernchef

”2008 blir för oss ett fokuseringsår, då vi kommer att leverera fortsatt tillväxt.”

Detta är New Wave Group

Affärsidé

New Wave Group är en tillväxtkoncern som skapar, förvärvar och utvecklar märkesvaror åt profilmarknaden (företagsmarknaden) och detaljhandelsmarknaden (konsumentmarknaden), främst inom sport- gåvo- och inredningssektorn. Koncernen ska nå synergier genom att samordna design, inköp, marknadsföring och distribution av koncernens kollektioner samt genom att utnyttja samordningsfördelar mellan koncernens varumärken. Koncernen ska verka inom profilmarknaden och detaljhandelsmarknaden för att få en god riskspridning.

Vision

Visionen är att bli Europas ledande leverantör av profilprodukter genom att erbjuda ett bra sortiment, starka varumärken, hög kunskap och service samt ett överlägset helhetskoncept till återförsäljare.

Visionen är även att bygga de helägda varumärkena Craft och Seger till internationella varumärken inom funktionella sportkläder

samt Orrefors och Kosta Boda till världsledande leverantörer inom glas och kristall. Genom koncernens amerikanska närvaro vill koncernen växa till en betydande leverantör inom den nordamerikanska profilmarknaden. Visionen är att inom överskådlig framtid uppnå 10 miljarder kronor i omsättning och ett resultat före skatt om 1 miljard kronor.

Lönsamhets- och tillväxtmål

New Wave Group eftersträvar en uthållig och lönsam tillväxt i försäljningen genom expansion inom de två affärsområdena, Profil och Detaljhandel. Tillväxtmålet är, över en konjunkturcykel, 20–40% per år, varav cirka 5–10% är organisk tillväxt och en rörelsemarginal om 15%. Därutöver har New Wave ett soliditetsmål om minst 30% över en konjunkturcykel.

Strategi

Strategin för att nå New Wave Groups mål är:

- att förvärva, etablera och utveckla varumärken inom profil- och detaljhandel
- etablera varumärken och verksamheter på nya geografiska marknader
- att sprida koncernens värderingar till nystartade och förvärvade bolag

New Wave Groups värderingar

New Wave Group är en decentraliserad koncern och koncernens värderingar fungerar som ett rättesnöre. Ett stort arbete läggs ner på att bevara och sprida New Wave Groups

värderingar inom koncernen och speciellt viktigt är det vid förvärv. Inom New Wave Group försöker vi alltid att finna billiga och enkla lösningar, mottot är "en sparad krona är en tjänad krona".

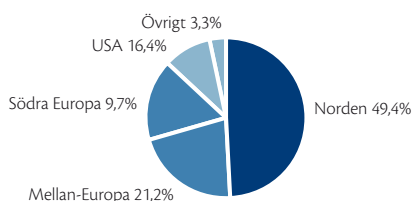
- Det krävs hårt arbete för att lyckas bättre än konkurrenterna.
- I en decentraliserad organisation är det viktigt att medarbetarna vågar ta egna initiativ och att de lär sig av sina misstag.
- Att sätta kunden i centrum genomsyrar hela verksamheten, vilket är ett måste för att hela tiden prestera det yttersta.

Historik

Bolaget har sedan starten 1990 uppvisat en stark försäljnings- och resultatutveckling. Den genomsnittliga försäljningstillväxten under perioden 1992–2007 uppgick till 37% per år och resultatet ökade med i genomsnitt 33% per år.

New Wave Group etablerades år 1990 i Sverige och Norge och år 1994 i Finland. På dessa marknader är koncernen marknadsledande med en marknadsandel inom profilkläder på uppskattningsvis 30 procent. År 1996 förvärvades Craft och med det etablerades Affärsområdet Detaljhandel. Genom förvärvet av Sagaform år 2001 tog New Wave steget in till presentreklam, vilket har haft stora synergier med koncernens övriga profilverksamhet. År 2003 började New Wave utveckla sitt eget koncept inom yrkeskläder under varumärket

Omsättning per region



Sverige och Norge.
1990

Förvärv av
Craft of Scandinavia.
1996

Förvärv av Hefa AB.
1998

Frankrike.
Förvärv av Texet.
2000

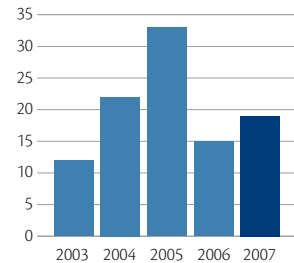
1994
Förvärv i Finland och
Italien.

1997
Etablering i Danmark,
Spanien och Tyskland.

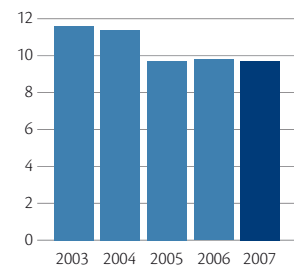
1999
Etablering i
Holland och England.



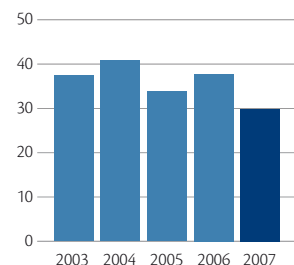
Tillväxt 2003 - 2007 (%)



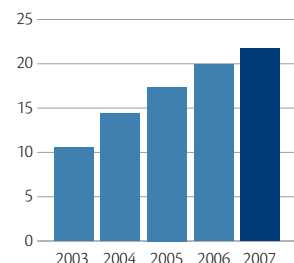
Rörelsemarginal 2003 - 2007 (%)



Soliditet 2003 - 2007 (%)



Eget kapital per aktie (SEK)



Grizzly är ett av New Wave Groups varumärken inom affärsområdet Profil.

Projob och satsningen fullbordades med förvärvet av Jobman. Efter etableringen inom yrkeskläder täcker New Wave nu som enda leverantör samtliga tre områden (profilkläder, presentreklam och yrkeskläder) inom profilmarknaden. Koncernen har successivt expanderat och etablerat verksamhet i Europa. New Wave har etablerad försäljningsverksamhet med egna dotterbolag i 20 länder.

Via återförsäljare distribuerar New Wave varumärket Craft på 29 marknader i Asien,

Europa och Nordamerika. Förvärvet av Orrefors Kosta Boda-koncernen i slutet av 2005 samt förvärvet av Cutter & Buck under 2007 ger ett starkt fotfäste på den amerikanska marknaden. Utlandets andel av försäljningen utgör 61% av koncernens totala försäljning och uppgår till 2 575 MSEK. Sverige är fortfarande koncernens viktigaste marknad, på grund av att flertalet förvärv genom åren varit svenska. Gruppens organiska tillväxt är dock starkast utanför Sverige, med tonvikt på övriga Europa.

Förvärv av Frantextil, X-Tend och Toppoint-koncernen.

2002

Förvärv av SMAP, DAD Sportswear och Jobman.

2004

Stora satsningar kring Orrefors Kosta Boda.

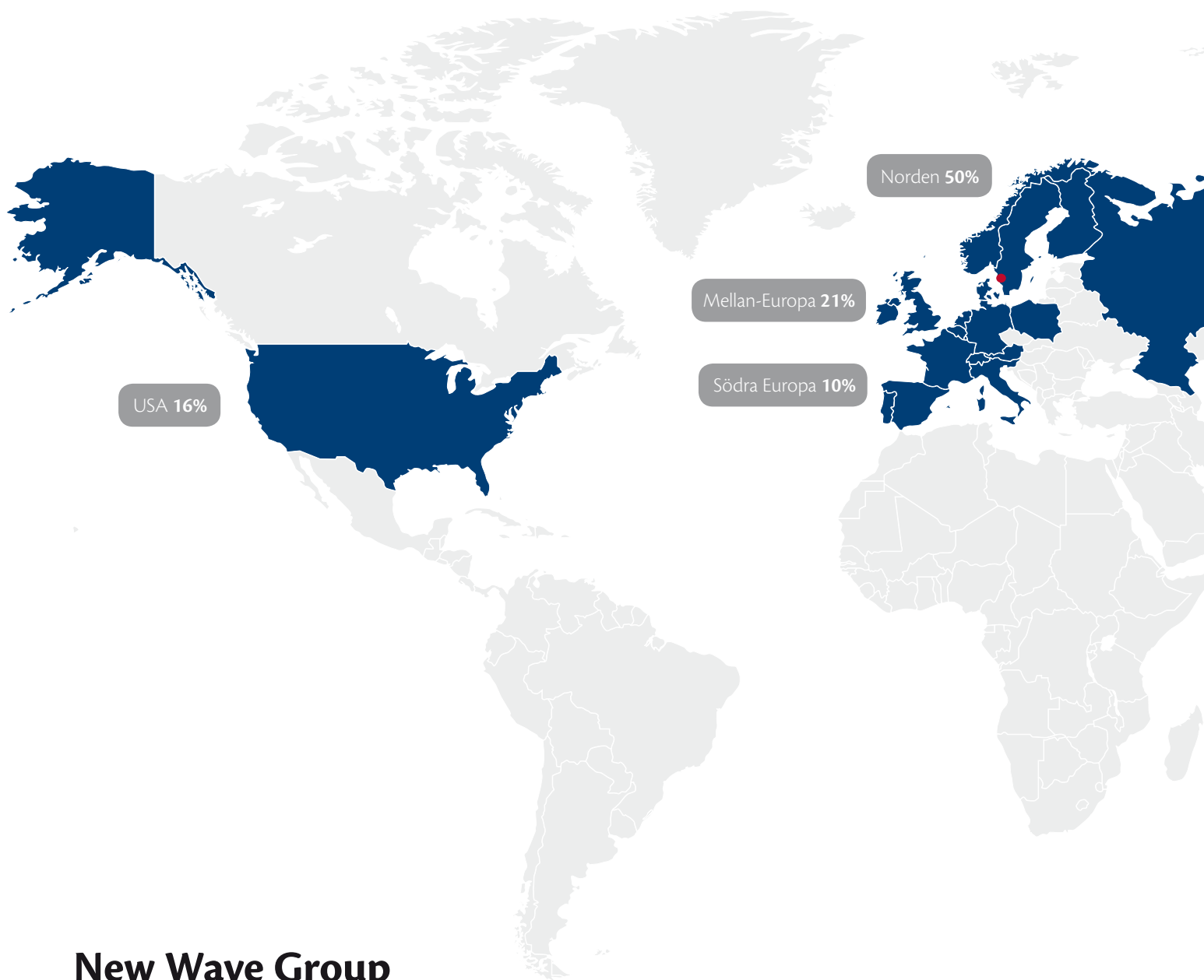
2006

2001
Förvärv av Sagaform och Segerkoncernen.

2003
Etablering i Kina och Schweiz.
Etablering av Projob.

2005
Irland, Wales och Ryssland. Förvärv av Dahetrikoncernen, Orrefors Kosta Boda-koncernen och Intracokoncernen.

2007
Förvärv av Cutter & Buck.



New Wave Group i världen

New Wave Group har utvecklats från att vara en nordisk marknadsledande aktör till att bli en betydande aktör även på flera andra marknader. Det gäller både affärsområde Profil och affärsområde Detaljhandel med starka internationella varumärken som Craft, Cutter & Buck och Orrefors Kosta Boda.

Koncernens affärsstrategi grundar sig på att utveckla koncept och etablera varumärken på nya marknader. Vid utlandsetableringar är bolagets taktik att initialt endast bearbeta profilmarknaden med ett eller ett par av koncernens varumärken. Verksamheten ska bedrivas med en låg kostnadsnivå för att verka med en begränsad finansiell risk. När tillfredsställande lönsamhet och god tillväxt uppnåtts etableras fler profilvarumärken samt bearbetning av detaljhandelsmarknaden. Om etableringarna görs via distributörer kan detaljhandelsetablering genomföras utan

profiletableringar, vilket etableringen av Craft i USA är ett exempel på.

New Wave Group har regelbundet investerat en del av det löpande resultatet i nya marknader, vilket har lett till en hög tillväxttakt under en längre tid. Idag är New Wave etablerat med egna dotterbolag i 20 länder och har under befintliga varumärken gjort 149 etableringar. Genom att enbart föra ut koncernens befintliga koncept i de länder där gruppen redan är etablerade med egna organisationer finns ytterligare cirka 100 etableringar kvar att göra.

Omsättning per region MSEK	Andel av omsättningen		Andel av omsättningen		Förändring MSEK	Förändring %
	2007	2006	2006	2007		
Norden	2 072	50%	2 024	56%	48	2
Mellan-Europa	891	21%	833	24%	58	7
Södra Europa	406	10%	412	12%	-6	-2
USA	689	16%	167	5%	522	313
Övriga länder	136	3%	95	3%	41	43
Totalt	4 194	100%	3 531	100%	663	19



Försäljningsverksamhet

Sverige, Norge, Finland, Danmark, Italien, Spanien, Tyskland, Österrike, Holland, Polen, Frankrike, Schweiz, Belgien, Kina, Storbritannien, Irland, Japan, USA, Ryssland och Hong Kong.

Egna inköpskontor

Sverige, Shanghai (Kina), Dhaka (Bangladesh), Ho Chi Minh City (Vietnam) och Bangalore (Indien).

Andel av omsättningen

Övriga länder 3%

Varumärken per land

● Etablerad marknad

○ Nyetablerad marknad

	Clique/New Wave	Clique Retail	Cutter & Buck	Harvest/Printer	Mac One/Jingham	Grizzly/Cottover/Goal	DAD	INSIDEOUT	Sagaform	Craft	Segeer	Jobman	Projob	Toppoint	Hurricane	Örrefors	Kosra Boda	Intraco	Lord Nelson/Queen Anne	Pax/Sköna Marie
Sverige	●	●		●	●	●	●		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Norge	●			●	○	●	○		●	●	●	●		●	●	●	●	●	●	
Finland	●			●	●	●			●				●	●		●	●	○	●	
Danmark	●				○	●	●		●	●			●	●	●	●	●		●	
Tyskland	●			●		●	●	●	●	●		●	●	●		○	○			
Frankrike	●			●				●	●	●			●	●						
Italien	●			○				●	●	●		●	●	●						
Belgien	●			●	●		○	●	●	●			●	●					●	
Holland	●			●	●		○	●	●	●		●	●	●		●	○	●		
Schweiz	●			●					●	●			●							
Spanien	●			●				●	●	●			●	●						
Österrike	●			●					●	●				●						
Storbritannien	●			●					●	●			●	●					●	
Kina	●									●						○	○	○		
Ryssland	●								●							○	○			
Irland	○								●	○		●								
USA			●						●							●	●			
Japan																●	●			
Polen				●					○				○	●					○	

Det lilla bolagets flexibilitet med det stora bolagets synergier

New Wave Group marknadsför produkterna under ett flertal olika varumärken. Bolaget eftersträvar full integration bakåt i kedjan för att på så sätt uppnå konkurrensmässiga fördelar. Synergierna är tydliga för de båda affärsområdena Profil och Detaljhandel inom flera områden:

Design

Bolaget har stor erfarenhet av design och produktutveckling. Genomarbetade strategier tillämpas för respektive varumärke oberoende av produktslag. De olika koncepten inom affärsområde Detaljhandel har sin egen produktutveckling men inom Profil sker samordning, där designen är mindre modekänslig. Ett väldesignat profilplagg är ett plagg som passar både män och kvinnor i arbetsför ålder och har bra utrymme för profilering (dvs logotyper) eftersom kläderna riktar sig till företagsmarknaden. En stor del av designen inom affärsområde Detaljhandel bygger på form och funktion. Koncernen har flera nära samarbeten med idrottsutövare på både elit- och motionsnivå inom olika sporter. Orrefors Kosta Boda samarbetar med ett flertal kända konstnärer, vilket även används vid utvecklingen av varumärkena Kosta Linnewärfveri och Orrefors Jernverk.

Inköp och produktion

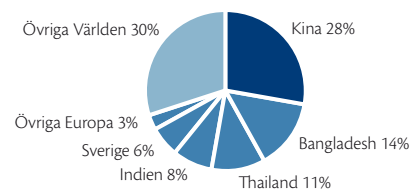
Koncernen har en total inköpsvolym som är väsentligt större än de flesta konkurrenterna på profilmarknaden. Detta ger stora kostnads-

fördelar vad gäller inköp, transport och lagerhållning. Utöver Sverige har New Wave Group etablerade inköpskontor i Kina (1992), Bangladesh (1999) och Vietnam (2003). Under 2007 öppnades även ett inköpskontor i Indien. New Wave Group har idag cirka 550 leverantörer och har som målsättning att halvera detta genom att koncentrera inköpen till färre marknader.

Koncernen har lokalt anställda kvalitetskontrollanter som följer produktionen och ser till att leverantörerna uppfyller gruppens kvalitets- och miljökrav. Det är viktigt att kvalitetsbrister upptäcks innan varorna skeppas till Europa för att man ska kunna åtgärda dem och leverera hög kvalitet till kund. Koncernen har också kontrollanter anställda som bevakar att leverantörerna följer koncernens "code of conduct".

New Wave Group äger ett fåtal egna fabriker i Sverige: Seger Europes tillverkningsenhet för stickade produkter (mössor, strumpor och halsdukar), samt Orrefors och Kosta Bodas glasproduktion. I Nederländerna driver koncernen Toppoints tryckeriverksamhet för tryck

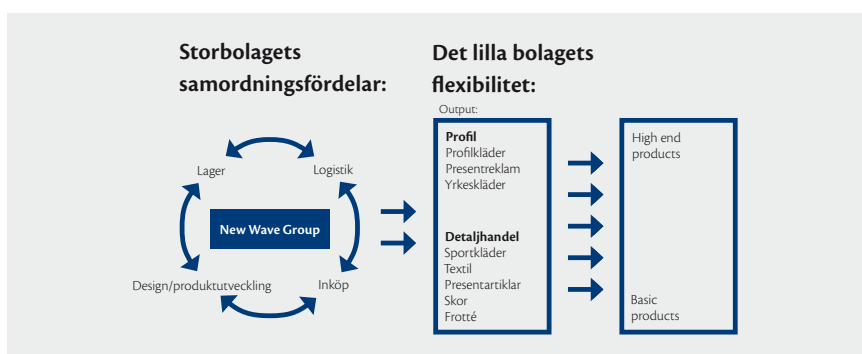
Inköpsmarknader



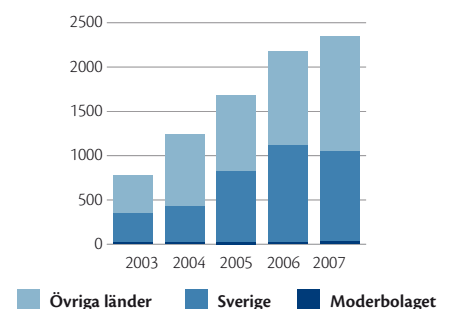
på bl a pennor och muggar och i Danmark äger New Wave Group en produktionsanläggning för broderi och transfertryck. I USA äger New Wave Group Cutter & Buck, som har viss tillverkning i form av brodyr.

Logistik

De flesta av koncernens produkter tillverkas i Asien. Genom samtransport till Europa av de olika koncepten uppnås stora skal fördelar. Koncentration till färre lagerpunkter fortsätter, vilket leder till att koncernen kan hålla nere kapitalbindningen. Genom att verka på både profil- och detaljhandelsmarknaden, där flertalet produkter är gemensamma för de båda affärsområdena, är även logistiken gemensam.



Antal anställda 2003 - 2007





I Glasriket Småland ligger
Orrefors Kosta Bodas glastillverkning.

Affärsområde Profil

New Wave Group är en grossist som säljer till tusentals återförsäljare runt om i Europa, Asien och USA. New Wave Group är etablerat via egna dotterbolag i 20 länder, men viss försäljning sker också via agenter och export. Affärsområde Profil har verksamhet som omfattar design, inköp, logistik och marknadsföring. Affärsområdet svarade 2007 för 59% av koncernens försäljning och 84% av koncernens rörelseresultat före avskrivningar (EBITDA).

Grossister

Profilmarknaden har i huvudsak tre produktområden; profilkläder, presentreklam och yrkeskläder. Profilkläder och presentreklam brukar räknas som den egentliga profilmarknaden, eftersom dessa produkter har likartade användningsområden och marknadsförs av samma typ av återförsäljare. Yrkeskläder används i första hand för att det krävs funktionella och slitstarka arbetskläder inom många yrken (t ex för snickare och målare), medan profilkläder och presentreklam i första hand har som syfte att profilera och marknadsföra varumärken. "Glidningen" mellan de olika områdena har dock blivit större de senaste åren, både bland grossister och bland återförsäljare.

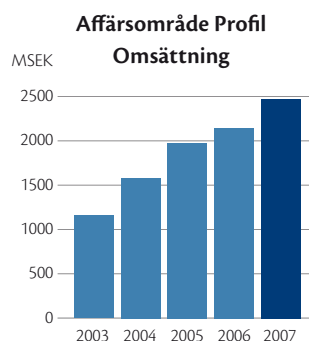
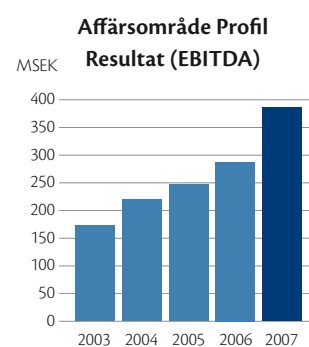
Profilmarknaden (profilkläder och presentreklam) uppskattas i Europa till ungefär 120 miljarder kr i grossistledet. I Norden har de bägge produktområdena ungefär lika stor omsättning. I resten av Europa är däremot andelen presentreklam större. Totalt sett uppskattas den europeiska marknaden i grossistledet omsätta cirka 75 miljarder kr på presentreklam och 45 miljarder kr på profilkläder. Den amerikanska profilmarknaden omsätter cirka 14 miljarder dollar i grossistledet, varav 10 miljarder dollar för presentreklam och drygt 4 miljarder dollar för profilkläder.

Profilmarknaden består i grossistledet av några stora aktörer som är verksamma på de flesta europeiska marknader (t ex New Wave Group och Polyconcept Group), samt ett stort antal små och medelstora grossister som först och

främst inriktar sig mot hemmamarknaden (men som ibland också är etablerade i andra länder). Spännvidden är stor beträffande utbud och arbetssätt. Vissa riktar in sig på enstaka produkter, t ex jackor eller t-shirts och bearbetar marknaden med enkla medel, medan andra har ett brett produktutbud och ibland även andra lösningar för kunden, t ex inom IT eller produktmärkning och kan tillfredsställa de flesta av återförsäljarnas behov. En del grossister är likt New Wave Group verksamma både inom profilmarknaden och inom detaljhandeln.

Den nordiska profilmarknaden kännetecknas av en tydlig distributionskedja; tillverkare – grossist – återförsäljare – slutkund. Så ser det ut också i USA. I södra och mellersta Europa, inklusive Ryssland, sker försäljningen inte alltid enligt den distinkta distributionskedjan ovan, och ofta har distributörer (som marknadsför varumärken de själva inte äger) ett stort inflytande på marknaden.

Marknaden är under tillväxt i hela Europa och New Wave Group bedömer att denna tillväxt kommer att fortsätta i mellersta och södra Europa. Marknaden i östra Europa påminner om den i mellersta och södra Europa. Denna marknad är inte fullt så utvecklad och distributionskedjan är inte lika välavgränsad som i Norden. I Ryssland är presentreklamen väletablerad, men profilkläder samt moderna och funktionella yrkeskläder är relativt nya företeelser med stor tillväxt. Den amerikanska marknaden ligger längre fram. Här betonas vikten av att



se profilkläder och presentreklam som en del av en helhetslösning inom marknadsföringen, och det finns branschorganisationer som arbetar med bl a branschstatistik och kunskapsförmedling.

Återförsäljare

I Sverige finns uppskattningsvis 2 500 återförsäljare av profilkläder och presentreklam. I övriga Europa, inklusive Östeuropa, finns tiotusentals återförsäljare och distributörer. Lika många finns på den amerikanska marknaden.



Variationerna mellan återförsäljare är mycket stora; allt från enkla enmansföretag, till stora företag med påkostade utställningar och resande säljare. Vissa återförsäljare riktar in sig på antingen profilkläder/presentreklam eller yrkeskläder, medan andra marknadsför alla tre produktområdena. Majoriteten av återförsäljarna är rena säljbolag, men vanligt förekommande är även att återförsäljarna har egen produktion, det vill säga trycker, broderar, graverar eller applicerar transfer för en komplett profilprodukt. I exempelvis Ryssland finns det dock nästan enbart rena säljföretag. Gemensamt för de flesta återförsäljare är att tre grundkrav ställs på grossisterna; snabba och säkra leveranser, tillfredsställande produktkvalitet och att produkterna är prisvärda. Ofta används produkterna vid exempelvis kampanjer, mässor och events, och återförsäljaren måste kunna lita på att grossisten levererar rätt saker till rätt plats, i rätt tid och av rätt kvalitet.

Återförsäljarledet är i samtliga New Wave-marknader mycket fragmenterat, vilket innebär att antalet återförsäljare är stort och mestadels består av små och medelstora företag. Som exempel kan nämnas att i Sverige är snittåterförsäljarens försäljning ca 8,5 MSEK, och i USA omsätter 95% av återförsäljarna mindre än 2,5 miljoner dollar. Anledningen

till att återförsäljarledet är så fragmenterat beror bland annat på att det är låga etableringshinder, relativt små stordriftsfördelar, ett väldigt brett utbud av produkter och att en personlig kontakt med slutkunden ofta är viktigt för säljprocessen. Koncernens målsättning är att ge sina återförsäljare konkurrensfördelar på denna fragmenterade marknad, exempelvis genom ett komplett utbud av profilkläder, presentreklam och yrkeskläder och genom att erbjuda stordriftsfördelar inom exempelvis marknadsföring och IT.

Slutkunder

Slutkunderna kan vara samtliga företag och organisationer på de marknaderna New Wave är verksam. Större företag använder profilkläder och presentreklam i större utsträckning än mindre. De stora företagen ser i högre grad profilkläder och presentreklam som strategiska verktyg i mediemixen. Stora branscher inom profilkläder och presentreklam i USA är t ex telekommunikation, läkemedel, finansiella tjänster, sport-, alkohol- och bilindustrin. Profilkläder och presentreklam är medier som används för att förmedla olika former av budskap. Profilkläder och presentreklam konkurrerar med andra kommunikationskanaler som slutkunderna kan använda, såsom direktreklam, dagspress, tv och tidningar. Samtidigt används de ofta i samband med andra

reklammedier, exempelvis vid mässor, events, sponsring och som premier vid direktreklam. Varumärkesprofilering blir allt viktigare i takt med snabbare produkt- och tjänsteutveckling, globalisering, och ett överflöd av erbjudanden till konsumenter och företag. Profilen skall skapa och understryka ett starkt varumärke, utveckla goda kundrelationer, samt motivera och uppmuntra den egna personalen. Profilkläder och presentreklam har en stor betydelse inom varumärkesprofilering.

Presentreklam är ett mycket vidsträckt begrepp och har två ytterligheter; giveaways å ena sidan, och finare gåvor å andra sidan. Med giveaways menas enkla och billiga produkter som exempelvis logotypförsedda pennor och nyckelringar. De delas ofta ut vid exempelvis kundbesök, mässor och events. Den andra ytterligheten är presenter av exklusivare karaktär, exempelvis jubileums- och minnesgåvor. Mellan dessa ytterligheter finns en mängd produkter. Det är vanligast att dessa har ett varumärke eller annat budskap applicerat och att det är produkter som är användbara för målgruppen. Presentreklam är ett personligt medium som, till skillnad från många andra reklammedia, mottagaren blir tacksam för. Gåvor är ett sätt att uttrycka och bekräfta relationer med kunder, anställda, leverantörer med fler.



De tre benen och varumärkena

New Wave bearbetar profilmarknaden genom de olika varumärkena i flera kvalitets- och prisnivåer, för att täcka största delen av marknadens behov. New Wave Group marknadsför idag följande koncept inom olika segment:

1) Profilkläder

New Wave Group började med försäljning inom profilkläder år 1990 och anser sig vara en heltäckande leverantör inom detta segment med en bred varumärkes- och produktportfölj, för att tillgodose kundernas efterfrågan. Det senaste tillskottet i varumärkesportföljen är det exklusiva amerikanska varumärket Cutter & Buck, och New Wave Group har i och med det fem heltäckande koncept som successivt etableras runt om i Europa.

- New Wave / Clieque
- Harvest / Printer
- MacOne / Jingham
- Grizzly / DAD
- Cutter & Buck

2) Presentreklam/gåvor

År 2001 förvärvades Sagaform, vilket var det första steget in i presentreklammarknaden. Det visade sig vara en lyckad satsning med betydande marknadssynergier mellan produktgrupperna. Sedan dess har sortimentet breddats både genom förvärv och genom egen utveckling. Förvärven av DJ Frantextil, Toppoint, Intraco och Orrefors Kosta Boda gör att New Wave Group nu har en mycket god täckning inom segmentet presentreklam/gåvor. Alltifrån enkla giveaways från Toppoint, till exklusivt svenskt glas från Orrefors Kosta Boda. Däremellan återfinns presentreklamvarumärkena Lord Nelson, Queen Anne och Intraco, med produkter som köps in från Asien, samt Sagaform med egen design och lite högre exklusivitet.

3) Yrkeskläder

Våren 2004 förvärvade New Wave Group yrkesklädesföretaget Jobman Workwear med stor marknadsandel i Sverige. Jobmans produkter vänder sig till den yrkespassionerade, mogna och målinriktade yrkesmannen som vill ha lite mer än bara standard. Hösten 2004 presenterade New Wave Group sitt egenframtagna yrkesklädeskoncept Projob Workwear.

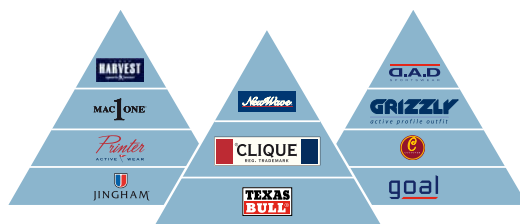
ProJobs yrkeskläder är lite mer exklusiva, med många detaljer och utformade för att utstå tuffa påfrestningar och kritiska ögon. New Wave Group har genom Jobman och Projob två varumärken som kompletterar varandra mycket väl och gör det möjligt att erbjuda kunderna det de efterfrågar och möta konkurrenterna på flera olika nivåer. Jobman och Projob täcker upp hela spektrumet av yrkeskläder; bygg och anläggning, transport och service, målare och murare, kök och restaurang, skyddskläder, varselkläder, funktionskläder, vinterkläder, skjortor och tröjor samt accessoarer. Stort fokus läggs på produkternas ergonomi och funktionalitet. I ProJobs sortiment ingår t ex Inbags, ett flexibelt och ergonomiskt bärsystem. Jobman säljs idag via systerbolag i Norden, Storbritannien, Tyskland, Nederländerna och Belgien. Projob säljs i stora delar av Europa, Australien och Nordamerika.

Marginaler

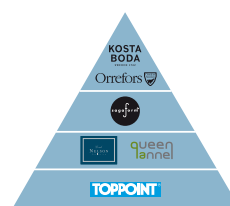
Koncernens marginaler beror på typ av produkt, om leverans sker från lager eller direkt från fabrik, samt vilken kvalitetsnivå som respektive varumärke håller. Bruttomarginalen mellan koncepten kan variera mellan 20% och 60%.



Yrkesklädespyramiden



Profilpyramiderna



Presentreklam- och gåvopyramiden



Kapitalbindning och risk

Ett företag som beställer profilkläder i företagets färg till sina anställda eller kunder är beroende av att leverantören kan leverera en full storlekssortering och rätt färger. Saknar New Wave t ex storlek medium eller slutkundens företagsfärg, kommer de att välja en annan leverantör. Koncernens målsättning är att leverera 98% av koncernens produkter inom 24 timmar. Risken för inkurans är låg eftersom en stor del av sortimentet är tidlösa basprodukter som det finns behov av säsong efter säsong. Justering för förändrade inköpspriser görs kontinuerligt i och med att det är omgående försäljning, varför valutarisken begränsas. Försäljning sker till utvalda återförsäljare och kreditförlusterna är förhållandevis låga. Under 2007 uppgick de konstaterade kundförlusterna inom profil till 0,24% av omsättningen. Många av produkterna är gemensamma för både profil och detalj, vilket ger en betydande riskspridning där till och med katalogerna kan vara gemensamma i de båda affärsområdena.

New Wave Group Research and Development

Moderbolagets avdelning New Wave Group Research and Development ser till att koncernen leder utvecklingen beträffande kunskap om profilmarknaden. Avdelningen gör analyser av de marknader som New Wave verkar på, samt av koncernens dotterbolag, för att säkerställa att verksamheterna bedrivs på ett konkurrenskraftigt sätt. På så sätt har koncernen ett stort medvetande om respektive marknad och kan därmed utnyttja potentialen och undvika onödiga risker.

Framgångskonceptet

Från att ha börjat i Sverige och Norge i en

blygsam omfattning är New Wave Group nu en av de största aktörerna i Europa inom Profil. New Wave Group har uppnått sin position genom hög service och leveranssäkerhet, ett brett produktsortiment med bra profilprodukter, hela konceptlösningar med marknadsföringspaket, e-handel etc, samt ett starkt kundfokus i hela organisationen. Med en uppbyggd organisation över hela Europa etableras fler koncept i land för land. New Wave Groups erfarenheter av denna etableringsstrategi kommer att utnyttjas vid fortsatt expansion i Asien och USA.

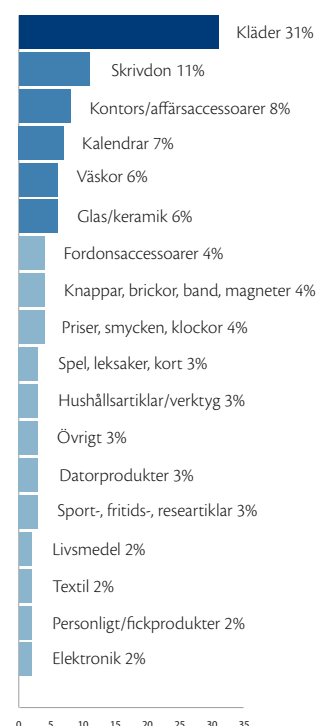
Tillväxt genom produktbreddning

Från början var New Wave Group enbart etablerat inom profilkläder, men i och med de senaste årens förvärv är New Wave Group den enda leverantören som täcker återförsäljarnas behov i alla tre segmenten – profilkläder, presentreklam och yrkeskläder. Genom koncernens internationella distributionsnät via tusentals återförsäljare i 20 länder uppnås stora synergieffekter på marknadssidan genom att man adderar ytterligare produktgrupper.

Framtiden

Koncernens mål är att bli Europas ledande profilmärke för att sedan växa vidare i Asien och USA. Ett viktigt steg beträffande tillväxten i USA togs genom förvärvet av amerikanska Cutter & Buck. New Wave Groups ledning bedömer att tillväxten på den europeiska marknaden fortsätter. Dessutom kan förvärv eller nya verksamheter inom affärsområde Profil bli aktuella, inom främst presentreklam. Målet är att Profil även långsiktigt ska svara för merparten av koncernens försäljning. New Wave är bland de ledande profilmärkena vad gäller utveckling av produkter, service och koncept till sina återförsäljare.

Den globala profilmarknadens ungefärliga fördelning inom respektive produktområde



Konkurrenter

New Wave Group möter olika konkurrenter i olika regioner. I Norden har koncernen en mycket stor marknadsandel på ca 30% vilket gör att koncernen har en viss marknadsposition att agera utifrån. I Europa, USA och Ryssland har koncernen fortfarande väldigt små marknadsandelar på respektive marknad. Koncernens målsättning är att leda utvecklingen för att strukturera branschen och skapa en stabil bas över hela Europa. Nedan redogörs för de globalt konkurrerande aktörerna som New Wave Group anser vara de direkta konkurrenterna.

Fruit of the Loom ingår sedan 2002 i Berkshire Hathaway Corporation som sedan 2006 även äger Russel Corporation, en av Fruit of the Looms främsta konkurrenter. Fruit of the Loom är primärt leverantör av underkläder för den amerikanska marknaden, men även t-shirts, piké och sweatshirts för profilmarknaden under varumärket Fruit of the Loom. Största konkurrenterna förutom Russel Corporation är Gildan Activewear, Hanesbrands och Jockey International. Under 2007 förvärvade Fruit of the Loom VF Corporations underklädesdel, Vanity Fair International, som idag drivs som ett helägt dotterbolag. Fruit of the Looms totala omsättning 2007 uppgick till cirka 980 MUSD.

Kanadensiska **Gildan Activewear Inc.** levererar profilkläder, främst t-shirts, pikétröjor och sweatshirts, under varumärket Gildan till i huvudsak den nordamerikanska marknaden, men även Storbritannien och Beneluxländerna. Gildan Activeweares totala omsättning 2006 uppgick till cirka 770 MUSD.

Hanesbrands Inc. Corporation är en avknoppning från amerikanska Sara Lee Corporation som startades 2005. Hanesbrands fokus är underkläder och strumpor, men de levererar även t-shirts, piké och skjortor för profilmarknaden under varumärket Hanes. Hanesbrands största konkurrenter är Gildan Activewear, Fruit of the Loom och Jockey International. Hanesbrands Inc. Corporation totala omsättning 2007 uppgick till cirka 1 160 MUSD.

Kwintet Group tillverkar och säljer arbetskläder av varumärkena Fristads, Kansas, Wenaas, KLM Kleding, Lafon, Hejco, A-Coe Active Wear och Simon Jersey för både industri och kontor. 2005 köptes Kwintet Group upp och ägs nu av europeiska Industri Kapital. Under 2007 förvärvade Kwintet Group belgiska profilklädesföretaget The Cotton Group och därigenom också varumärket B&C. Kwintet Groups totala omsättning 2006 uppgick till cirka 700 MEUR.

Mid Ocean Brands är ett nederländskt företag som lanserades 2003 och levererar profilprodukter som MP3-spelare och USB-minnen under märkena Arco, TID och KCE, samt profilkläder under märket Original Chamelon. Företaget har säljkontor i huvudsak i Europa, men distribuerar även produkter via samarbetspartners till bland annat Nordamerika, Australien och Asien. Mid Ocean Brands totala omsättning 2006 uppgick till cirka 175 MEUR.

Polyconcept är ett nederländskt företag som levererar profilprodukter från över 30 ägda (t ex Leed's, Best in Town och Champ) och licensierade (t ex, Zippo och Dunlop)

varumärken. Företaget har huvudkontor i Nederländerna och 3 större kontor i Frankrike, USA och Kina, samt representanter i stora delar av Europa och i Kanada. Hela 52% av Polyconcepts försäljning sker i USA och Kanada och 20% på den europeiska marknaden. 2007 köpte Polyconcept det amerikanska företaget Journalbooks som tillverkar och säljer kontorsmaterial. Polyconcepts totala omsättning 2006 uppgick till cirka 640 MEUR.

Russell Corporation Inc. ingår sedan 2006 i samma koncern som konkurrenten Fruit of the Loom, Berkshire Hathaway. Russel Corporations huvudmarknad är sport- och fritidskläder för allt från elitidrottare till motionärer. De har genom varumärket Spalding samarbetat med NBA och NFL som leverantör av basket- och fotbollsutrustning. Russel Corporation levererar också basplagg av varumärkena Jerzoss och Cross Creek till profilklädesmarknaden, främst t-shirts och sweatshirts. Russel tillverkar också uniformer till utvalda lag i baseball och amerikansk fotboll på high school- och collegenivå. Russels största konkurrenter är Adidas, Nike och Hanesbrands. Russel Corporation Inc. totala omsättning 2007 uppgick till cirka 562 MEUR.

Switcher är ett schweiziskt företag som sedan 1981 levererar profilkläder – t-shirts, sweatshirts, piké, jackor, byxor, strumpor etc – till den europeiska marknaden under varumärkena Switcher och Whale. Switcher fokuserar mycket på socialt ansvar och miljömedvetenhet. Deras totala omsättning 2005 uppgick till cirka 79 MCHF.



Grizzly erbjuder ett av profilmarknadens
bredaste sortiment av väskor.

Affärsområde Detaljhandel

Affärsområde Detaljhandel omfattar försäljning av produkter under koncernens egna varumärken och varumärken som enligt avtal distribueras av New Wave Group till detaljhandeln. Affärsområde Detaljhandel kan delas in i Sport och Fritid samt Gåvor och Heminredning. Koncernen levererar även större volymer av basplagg och kampanjartiklar. Affärsområde Detaljhandel svarade 2007 för 41% av koncernens försäljning och för 16% av koncernens rörelseresultat före avskrivningar (EBITDA). De senaste årens förvärv av Orrefors Kosta Boda och Cutter & Buck har inneburit att detaljhandelns andel av koncernens omsättning har ökat.

Sport och Fritid

Sportfackhandeln omsatte ca 17 miljarder kr 2007 och växte med ca 7,6% jämfört med 2006. Sportfackhandeln domineras idag av en grupp stora kedjor och inköpsgrupper. Utöver detta består marknaden av fristående butiker. Kedjorna har stadigt vuxit i styrka och distributionsbredd, medan fristående multisportbutiker stadigt minskat och antingen försvunnit eller införlivats i en kedja. Nischade specialbutiker för friluftsliv, cykling, löpning m fl har hållit en stabil nivå och inom vissa kategorier ökat i antal. De större aktörerna idag är Stadium, Intersport, Team Sportia, Sportringen/Sportex, Naturkompaniet och Löplabbet.

New Wave Group verkar idag med tio varumärken inom sportfackhandeln; Craft, Seger, Clique, Cutter & Buck, Speedo, Umbro, Easton, Exel, Rollerblade och Nordica. Under 2007 beslutade koncernen att integrera alla verksamheter och bilda ett bolag, New Wave Sports AB. Detta är ett sätt att möta den hårdnande konkurrensen från övriga stora aktörer i grossistledet såsom Nike, Adidas, Puma och Amer Sports samt sportkedjornas egna varumärken. New Wave Sports AB blir Sveriges största sportgrossist vilket ger koncernen en betydligt bättre förhandlingsposition gentemot de stora inköpskedjorna. Genom bildandet av New Wave Sports kommer våra kunder att uppleva en högre servicegrad för orderläggning, logistik och fakturahantering. Som ett led i denna satsning bygger New Wave Sports AB ett helt nytt distributionscenter i Ulricehamn, med beräknad driftsstart 1 september 2008.

Cutter & Buck

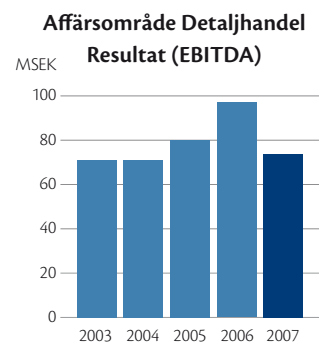
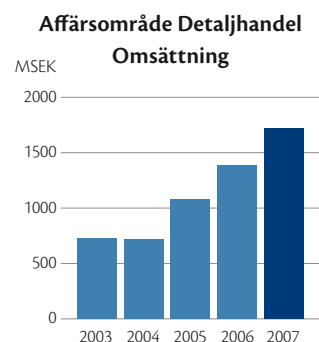
Cutter & Buck är ett amerikanskt varumärke som är ledande inom segmentet exklusiva golfkläder. Bolaget är baserat i Seattle USA, grundades 1990 och hade 2007 en omsättning på ca 1 miljard kr. Bolaget är verksamt inom flera distributionskanaler såsom golfackhandeln, profilmarknaden, modefackhandeln samt direkt mot konsument (e-handel och postorder). Förvärvet innebär att New Wave Group får en stark plattform på den nordamerikanska marknaden för etablering av befintliga koncept.

Craft

Crafts produkter skall vara de mest innovativa på marknaden. Detta säkerställs genom ett tätt samarbete och utvecklingsarbete med världens bästa idrottare. Craft är det självklara valet av idrottskläder för genuina sportälskare på alla nivåer; från elitatleter till motionärer. Genom lång historisk utveckling av funktionella underkläder har Craft skapat trovärdighet även inom kategorierna löpning, längdskidor och cykel.

Konkurrensen varierar beroende på segment, men i huvudsak är konkurrenterna Adidas, Nike, Helly Hansen, New Line, Swix, Odlo, Falke, Löffler, Björn Dählie samt butikkedjornas egna varumärken.

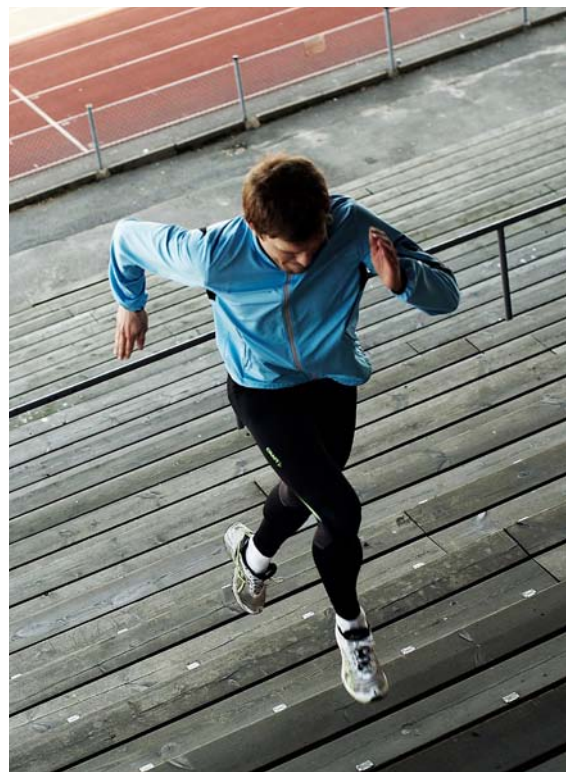
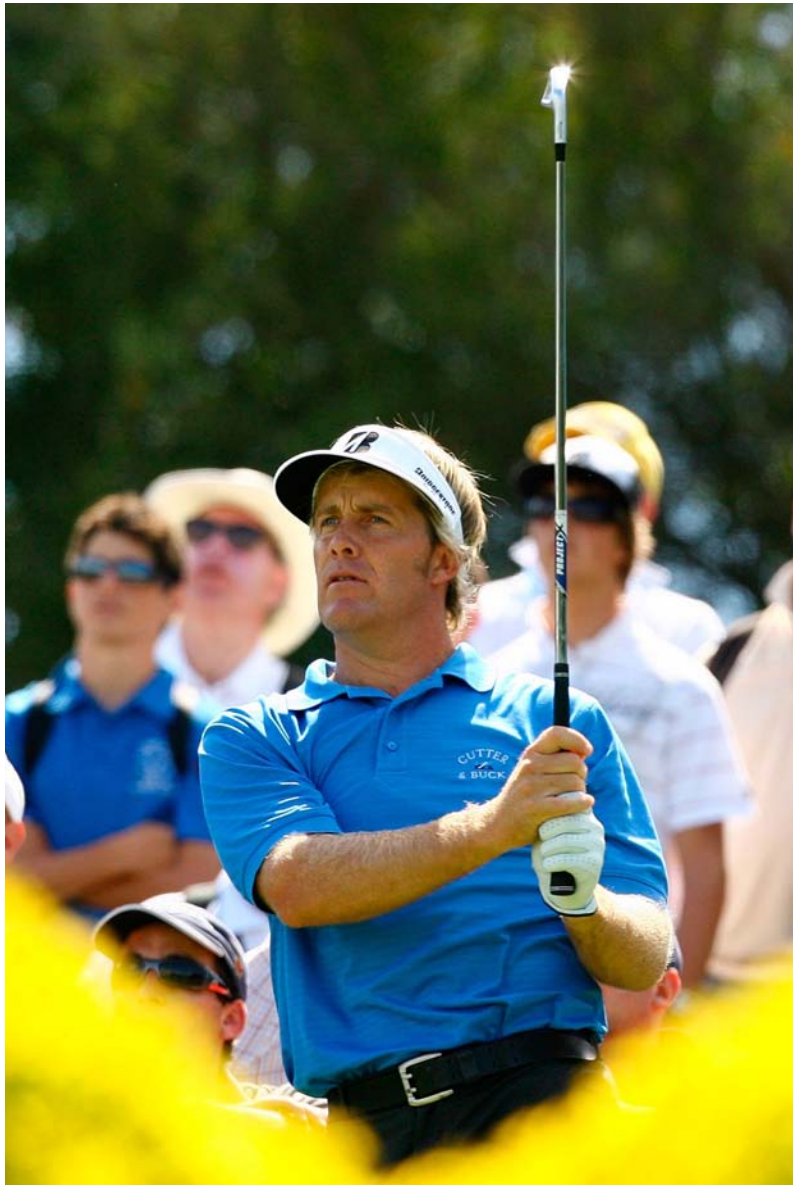
Sverige är Crafts hemmamarknad samt i dagsläget också huvudmarknad. Definierade fokusmarknader med stor potential är övriga nordiska länder samt Tyskland, Benelux, Ryssland och USA. Crafts utmaning består i att stärka varumärket internationellt för att därigenom också nå samma position och varumärkeskännetecken som på hemmamark-



naden Sverige. Bolaget ska behålla huvudfokus på Crafts kärnverksamhet: de funktionella underkläder som revolutionerade sportvärlden för mer än trettio år sedan. Craft ska alltid vara bäst inom detta område.

Seger

För konsumenten som bryr sig om vad de har på sig, är Seger det självklara valet av funktionsplagg. Seger skall erbjuda funktionsplagg med nutida design, som ökar användarens behållning av sport- och fritidsaktiviteter. Seger är, tack vare sina kunskaper, erfarenhet



Cutter & Buck, Seger och Craft är New Wave Groups egna varumärken inom Sportfackhandeln.

och innovationsförmåga, det varumärke som med självförtroende och attityd erbjuder den medvetne konsumenten ett självklart val.

På den svenska marknaden är det varumärken som Bula, O'Neill, X-Socks samt nya nischvarumärken som är huvudkonkurrenter. På exportmarknaden finns Falke, X-Socks, Bula, Dakine, Steffner, Eisbaer, samt sportkedjornas egna varumärken som utmanare.

Seger har sin största försäljning i Norden men fokuserar nu exportsatsningen hårdare

mot övriga Europa. Seger har inför 2008 med framgång startat distribution i Polen, Bulgarien och Tjeckien. Ytterligare marknader kommer införlivas under 2008 och 2009 i Mellaneuropa.

Pax och Sköna Marie

New Wave Group har ett bolag verksamt inom skofackhandeln; Pax Scandinavia AB. Skofackhandeln är en mycket fragmenterad bransch med ett stort antal fristående butiker, bland de största aktörerna återfinns Nilsson, Vagabond, Wedins, Coop och Din Sko. Koncernens bolag agerar grossist och utvecklar

flera varumärken varav de mest kända är:

PAX säljer sedan 1929 kvalitetsskor till "Glada barn och Lugna föräldrar" på den svenska och finska marknaden. Bolagets huvudkonkurrenter är skofackhandelns egna varumärken samt Kavatt, Viking och Ecco.

Sköna Marie är ett svenskt klassiskt, högkvalitativt skomärke som riktar sig till kvinnor med högt ställda komfortkrav. Huvudkonkurrenterna är Rieker, Rodhe, Ecco samt kedjornas egna märken.



New Wave Group har licens för att sälja Speedo, Nordica, Exel, Umbro och Easton på den svenska och nordiska marknaden.

Inlicensierade sportvarumärken

New Wave Group har en portfölj av mycket starka sportvarumärken inom olika områden. Koncernens huvudstrategi är att äga och därmed utveckla varumärken och inlicensiering har historiskt inte tillhört kärnverksamheten. Genom bildandet av New Wave Sports AB kommer dock affärsupplägget få en bättre bas och möjlighet att utvecklas vidare. Detta bidrar också till att stärka New Wave Sport som komplett grossist mot sportfackhandeln.

Nedan presenteras de inlicensierade varumärken som säljs via New Wave Group på den svenska och nordiska marknaden.

Umbro

Umbro är ett väletablerat fotbollsrelaterat märke som finns representerat över hela världen. Huvudkontoret ligger i Manchester England där det grundades 1924. De designar, utvecklar och marknadsför fotbollsrelaterade produkter som säljs i över 90 länder. Umbro förser det svenska, engelska, irländska och

norska landslaget med spelar- och träningskläder. Umbro sponsrar flera internationella professionella klubbar i världen. Även individuellt stora profiler såsom Michael Owen, Michel Salgado, Deco, Alan Shearer, Anders Svensson och Victoria Svensson sponsras av Umbro.

Rollerblade

Rollerblade skapade en av de snabbast växande sporterna i världen genom att ändra upplevelsen av rullskridskor. Under ett kvarts sekel har Rollerblade lett industrin som originalet för inlinesåkning.

Exel

Exel är en världsledande tillverkare av bl a innebandyklubbor och stavar. För att erbjuda bästa möjliga utrustning arbetar Exel kontinuerligt med utveckling av produkterna.

Nordica

Nordica är idag en av världens ledande alpintillverkare både vad det gäller pjäxor och

alpina skidor. Nordicas produkter distribueras globalt och återfinns inom racing, freeride och traditionell slalom.

Easton

Easton är ett högkvalitativt märke inom ishockeyutrustning och har i många år varit ledande i utvecklingen av dessa produkter. Easton är väl representerat i NHL och får fler och fler europeiska användare varje år. Eastons produkter används i dag av spelarna Peter Forsberg, Henrik Zetterberg, Nicklas Lidström och många fler.

Speedo

Speedo är världsledande tillverkare av simkläder, badkläder och utrustning och erbjuder produkter till vuxna och barn, motionssimmare och elitsimmare. Speedo har starka produkter med hög kvalitet och fokus på material som t ex Fastskin, Aqualab, Endurance+, Sculpture och Biofuse. Speedo grundades 1928 i Australien och firar 80 år som kvalitetsvarumärke under 2008!



Ulrika Hydman-Valliens serie Mine är en av Kosta Bodas storsäljare.

Gåvor och Heminredning

Den nordiska gåvo- och heminredningsmarknaden omsatte ca 60 miljarder kr 2007 (i heminredningssiffrorna ingår inte möbelhandel såsom Ikea m fl). Heminredningsfackhandeln består av bl a interiör-, design-, textil-, present- och glas- & porslinsfackhandel. De största kedjorna för heminredning är NK, Åhléns, DesignTorget, Bruka, Lagerhaus m fl men det finns även ett stort antal fria fackhandlare. Bedömningen är att en branschglidning håller på att ske där möbler redan kraftigt stigit in i så kallade småvaror men där även dagligvaruhandeln, hemelektronik, byggmarknader m fl ser tillväxtpotential i detta segment.

Traditionell glas- & porslinsfackhandel omsätter ca 10% av heminteriörsektorn och landar på en omsättning på ca 5,5 miljarder kr (konsumentled) i Norden. Sverige, Danmark och

Norge har en väl utbyggd fackhandel medan Finland traditionellt har en stark varuhuskultur samt bred distribution i dagligvaruhandeln. Glas- & porslinsfackhandeln visar traditionellt låg tillväxt samt otillfredsställande lönsamhet med många förändringar i ägarstrukturer som följd de senaste åren. Störst i Norden i detta segment är Duka/Christiania Glasmagasinet med en marknadsandel på ca 20%. Övriga viktiga fackhandelskedjor är Cervera, Inspiration, Tilbords samt varuhuskedjan Stockmann.

För att skapa tillväxt i koncernens bolag är det viktigt att förstärka koncernens position inom fackhandeln. Tillväxtmålet kräver även att koncernens bolag hittar nya kanaler att nå konsumenter utan att äventyra den positiva laddning och den position koncernens varumärken åtnjuter.

Marknaden Hemtextil

Hemtextilmarknaden omsätter omkring 6,8 miljarder kr. Under senare år har marknaden

ökat kraftigt och trenden ser ut att hålla i sig. Ett allmänt ökat intresse kring heminredning, bland annat på grund av fler heminredningsprogram på TV och artiklar i tidningar och magasin är en del av förklaringen. Försäljningskanalerna i hemtextilbranschen kan knappast kallas homogena, utan försäljningen sker via vitt skilda kanaler. De vanligaste är möbelhandeln, textilhandeln och dagligvaruhandeln. Att det finns så olika typer av återförsäljare är positivt för branschen som helhet, eftersom tillgängligheten av produkterna ökar ansenligt.

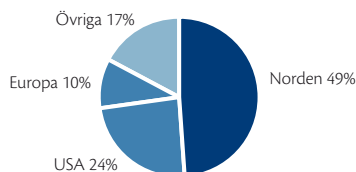
Orrefors

Varumärket Orrefors kännetecknas av ett klassiskt formspråk gestaltat med ett elegant uttryck i den klara kristallen. En tidlös design, med en alltid lika modern signatur skall löpa som en röd tråd genom Orrefors mer än 100-åriga historia och marknadsposition. Orrefors är den säkra och tidlösa gåvan till vänner, till bröllop och till det egna hemmet. Konkurrenter i Sverige är främst littala, Riedel, Spiegelau, Skruf, Målerås och på exportmarknaderna



DJ Frantextil, Kosta Boda, Orrefors, Sagaform och Kosta Linnewärfveri är några av New Wave Groups varumärken inom gåvor och heminredning.

Orrefors Kosta Bodas marknader



är det främst Waterford, Baccarat, Lalique, Swarovski och Riedel. Orrefors naturliga hemmamarknader är Sverige och Norden. En ökad satsning sker i Europa och i Asien. Förväntningarna är speciellt stora i Japan och i Kina där Orrefors varumärke positioneras och säljs i, för närvarande, nio egna butiker. Den ökade exportsatsningen såväl i Europa som i Asien skall ge ökade volymer och stärka varumärket internationellt. På den viktiga amerikanska marknaden är utmaningen att försvara de under lång tid förvärvade marknadsandelarna och att vara uthållig i det svagare ekonomiska klimatet som för närvarande råder i USA.

Kosta Boda

Varumärket Kosta Boda kännetecknas av ett tydligt formspråk och stark självkänsla. Fria

djärva former och kraftfull färgsättning ger uttryck för artisteri och konstnärliga uttryck som lyser av självförtroende och som vågar vara annorlunda. Kosta Boda är gåvan för kunden som har självförtroende, som vågar vara annorlunda och som älskar det konstnärliga uttrycket. Konkurrenter i Sverige är främst Målerås, littala och Duka med Steninge slott. På exportmarknaderna är de främsta konkurrenterna Hadeland, Magnor, Holmegard, Villeroy & Bosch och Rosendahl. Liksom för Orrefors är Sverige och Norden den naturliga hemmamarknaden för Kosta Boda. En ökad satsning sker även för Kosta Boda i Europa och i Asien. Förväntningarna är speciellt stora i Japan och i Kina där Kosta Boda rönt ett stort intresse genom sitt spektakulära konstglas, vilket ger en stor draghjälp åt standardkollektionen. I USA gäller precis som för Orrefors att vara uthålliga på marknaden tills det svaga ekonomiska läget förbättras.

Kosta Linnewärfveri/Orrefors Jernverk

Med en tydlig förankring i Orrefors Kosta Bodas kvalitets- och formgivartradition

erbjuder dessa varumärken ett spännande sortiment av heminredningsprodukter för den designmedvetna kunden som värdesätter det svenska formspråket. Sortimentet inrymmer såväl klassiker som revolutionerande och utmanande produkter. Design, kvalitet och form är honnorsord, men funktion ska vara centralt. Huvudkonkurrenterna är Lexington, Gant, Georg Jensen, Alessi, Stelton, Design House Stockholm, Himla och Klippan. Produkterna säljs idag endast på den svenska marknaden och det långsiktiga målet är att kapitalisera på Orrefors Kosta Bodas marknadsetableringar.

Sagaform

Sagaform säljer lustfyllda och innovativa gåvor för köket och det dukade bordet. Produkterna har ett attraktivt prisläge för konsumenten som söker vardagslyx som gåva till en vän eller till sig själv. Varumärket Sagaform distribueras i både detaljhandeln och profilhandeln. Huvudkonkurrenterna är littala, Menu, Eva Solo m fl, men också butikskedjornas egna varumärken. Sagaform fokuserar på hemmamarknaderna Sverige och Finland där målet är att bli

ledande inom produktsegmentet innovativa gåvor. I USA skall bolaget växa kraftigt med stöd av stark närvaro med Orrefors Kosta Boda och Cutter & Buck. Övrig tillväxt ska ske via distributörer och systerbolag med fokus på Norge och Polen.

DJ Frantextil

DJ Frantextil är en grossist inom hemtextil för den svenska marknaden. Sedan starten 1975 erbjuder bolaget ett mycket brett sortiment inom bädd, bad och det dukade bordet. Produkterna håller hög kvalitet till ett bra pris. Bolaget har utvecklat flera egna varumärken Nightingale, Queen Anne, Kramis & Tröttis och Lord Nelson.

Sponsring/marknadsföring

Ett viktigt inslag i New Wave Groups tillväxtstrategi är att utveckla varumärkena genom sponsring, stark exponering och produktutveckling med hjälp av eliten. Craft levererar alla tränings- och tävlingskläder till de svenska längdskid- och orienteringslandslagen samt förser Tre Kronor och svenska fotbollslandslagen med underkläder. Det alpina skidlandslaget tränar och tävlar i mössor och andra stickade produkter som tillverkas av Seger. Dotterbolaget Seger United, med sitt licensierade varumärke Umbro, levererar tillsammans med Craft alla sport- respektive underkläder till samtliga svenska fotbollslandslag och till svenska fotbollförbundet år 2008–2012. Ett viktigt event är fotbolls-EM 2008. Craft sponsrar proffscykellaget CSC och kommer i högre grad satsa på cykling. Det finländska OS-landslaget sponsras av finska dotterbolaget Trexet med Cliques kläder och New Wave har också lokala sponsringsprojekt i respektive land/marknad. Orrefors Kosta Boda har flera världskända konstnärer knutna till sig, såsom Kjell Engman, Bertil Vallien, Ulrika Hydman-Vallien etc. Det senaste samarbetet är med Efvä Attling där hon tagit fram en "bröllopsserie".

Övrig marknadsföring sker genom annonsering och produktplacering i tidningar och TV. Detta gäller främst för Sagaform, Orrefors och Kosta Boda.

Marginaler

Marginalerna beror på produkterna, om leverans sker från lager eller direkt från fabrik samt under vilket varumärke produkterna säljs. Bruttomarginalen varierar mellan 15% till drygt 70%, utan hänsyn tagen till kostnader som uppkommer i samband med utförsäljningar. Produkterna med lägst marginal består nästan uteslutande av varor som säljs i en inlicensieringsform, medan det övre marginalsegmentet utgörs av de varor som säljs under de starkaste varumärkena.

Kapitalbindning och risk

New Wave Groups målsättning är att hålla andelen modevaror i lagret liten eftersom livslängden för dessa är kort. Detaljhandeln fokuseras på mindre modekänsliga områden, såsom Crafts funktionella underkläder och Segers strumpor. I detaljhandeln sker försäljningen till stor del genom förhandsorder jämfört med profilmarknaden där leverans sker direkt mot order. Det innebär t ex att på våren lägger kunderna order för leverans till hösten. Ca 70–75% av Crafts och Segers försäljning inom detaljhandeln sker genom förhandsorder. I samband med order från kund lägger koncernen order mot fabrik, vilket avsevärt begränsar inkuransrisken. Resterande försäljning, så kallad kompletteringsförsäljning, är främst basvaror med begränsad moderisk. I syfte att begränsa valutarisken terminsäkras ca 50–80% av inköpskostnaderna. Försäljningen sker till utvalda återförsäljare och kreditförlusterna är låga. Dock är det högre koncentration till ett färre antal kunder i detaljhandeln jämfört med profilmarknaden. Under 2007 uppgick de konstaterade kundförlusterna inom affärsområde detaljhandel till 0,24%

av omsättningen. Många av produkterna är gemensamma för både affärsområde Profil och Detalj, vilket ger en betydande riskspridning där till och med katalogerna kan vara gemensamma i de båda affärsområdena.

Framtiden

New Wave Group kommer att fortsätta arbeta med att stärka varumärkena inom affärsområde Detaljhandel. På de nuvarande huvudmarknaderna kommer profileringen av varumärken att öka genom kontinuerliga uppdateringar av design- och marknadsföringsåtgärder. Koncernens internationella verksamhet kommer också att fortsätta utvidgas. Fortsatt utveckling av affärsområdets marknadsföring, design och funktionalism kommer att göras. Genom förvärvet av Orrefors Kosta Boda har koncernen erhållit varumärken som är världskända och som "lyfter" hela New Wave Groups varumärkesportfölj. På sikt ska koncernens mål om en 15-procentig rörelsemarginal även uppnås för affärsområde Detaljhandel.

Amor vincit omnia är resultatet av ett samarbete mellan Efvä Attling och Orrefors.



Miljö och etik

Miljö och etik har alltid varit viktiga frågor för New Wave Group och koncernen följer noga upp hur leverantörerna behandlar sina medarbetare samt frågor som rör miljön.

Social uppförandekod

New Wave Group har ett ansvar för att den egna verksamheten liksom leverantörernas verksamhet respekterar olika länders legala krav jämte internationella organisationers syn på grundläggande rättigheter. Koncernens uppförandekod, Code of Conduct appliceras på alla fabriker som är inblandade i produktionen av New Wave-koncernens produkter. Samtidigt som koncernen är medveten om de olika legala och kulturella förhållanden som fabriker verkar i runtom i världen, så visar denna uppförandekod baskraven som alla fabriker måste uppfylla för att få göra affärer med New Wave Group.

Code of Conduct är ett avtal som koncernens leverantör förbinder sig att följa och som bl a föreskriver att leverantören ska följa lagkrav samt ge koncernen full tillgång till fabriker och data för kontroller avseende leverantörens efterlevande av reglerna. Code of Conduct innehåller vidare punkter som gäller icke-diskriminering, förbud mot barnarbete, löner och arbetstider, arbetsförhållanden och frihet att organisera sig fackligt. New Wave Group är sedan 2008 medlem i Fair Labor Association (FLA, se www.fairlabor.org), som är en internationell organisation som arbetar för att förbättra den sociala situationen och arbetsvillkoren i produktionsländerna. Genom FLA's uppförandekod får alla leverantörer samma kravspecifikation från kunden, vilket gör det lättare att driva igenom krav liksom för producenten att efterleva dessa. New Wave Group ser FLA som framtidens modell och en chans för New Wave att benchmarka och förbättra den egna Code of Conduct-organisationen.

Direkthandel

New Wave Groups inköpsstrategi bygger på inköp direkt från tillverkare via egna inköpskontor. Kvalitetskontrollanter och Code of Conduct-personal från koncernen finns på plats på fabrik vilket är en förutsättning för att skapa ett fungerande ledningssystem för miljö och Code of Conduct. Genom lokal närvaro har koncernen bra kontroll på produktion.

Trots att baskraven på en leverantör är total insyn och transparens, är det väldigt svårt att uppnå 100% insyn eftersom det finns så många olika led i produktionskedjan. Detta kontrolleras dock via strikta leverantörsregler, så kallade underleverantörskontrakt.

Code of Conduct-organisation

Koncernens Code of Conduct-organisation leds från vårt inköpskontor i Shanghai och sysselsätter idag totalt 8 heltidspersoner. Våra inspektörer är utbildade enligt SA8000- och ISO 14001-standard. Koncernen har även utbildat ca 30 kvalitetskontrollanter runt om i Asien för att utföra "visuella inspektioner" på fabriker. Totalt kan New Wave Group internt utföra ca 500 fulla inspektioner och ca 1 500 visuella inspektioner per år. Att kombinera utbildning med krav och kontroller är nödvändigt för att långsiktigt få till stånd en förändring.

Ständiga förbättringar

Koncernens leverantörsstrategi är att skapa långsiktiga relationer och hålla antalet leverantörer på en låg nivå, vilket möjliggör att koncernen blir en stor och viktig kund. Vårt Code of Conduct-arbete innebär att koncernen oftast inte bryter en affärsförbindelse när det uppdagas felaktigheter utan försöker då istället jobba med en förbättringsstege så att en leverantör accepteras. Stegen, som inkluderar strikta minimumkrav, ingår i det totala leverantörsutvärderingssystemet och följs upp på varje marknad kvartalsvis. Målet är att alla leverantörer skall inspekteras minst 4 gånger per år. Många av dessa inspektioner sker oanmälda och i tillägg kommer regelbundna

visuella kontroller av kvalitetskontrollanter.

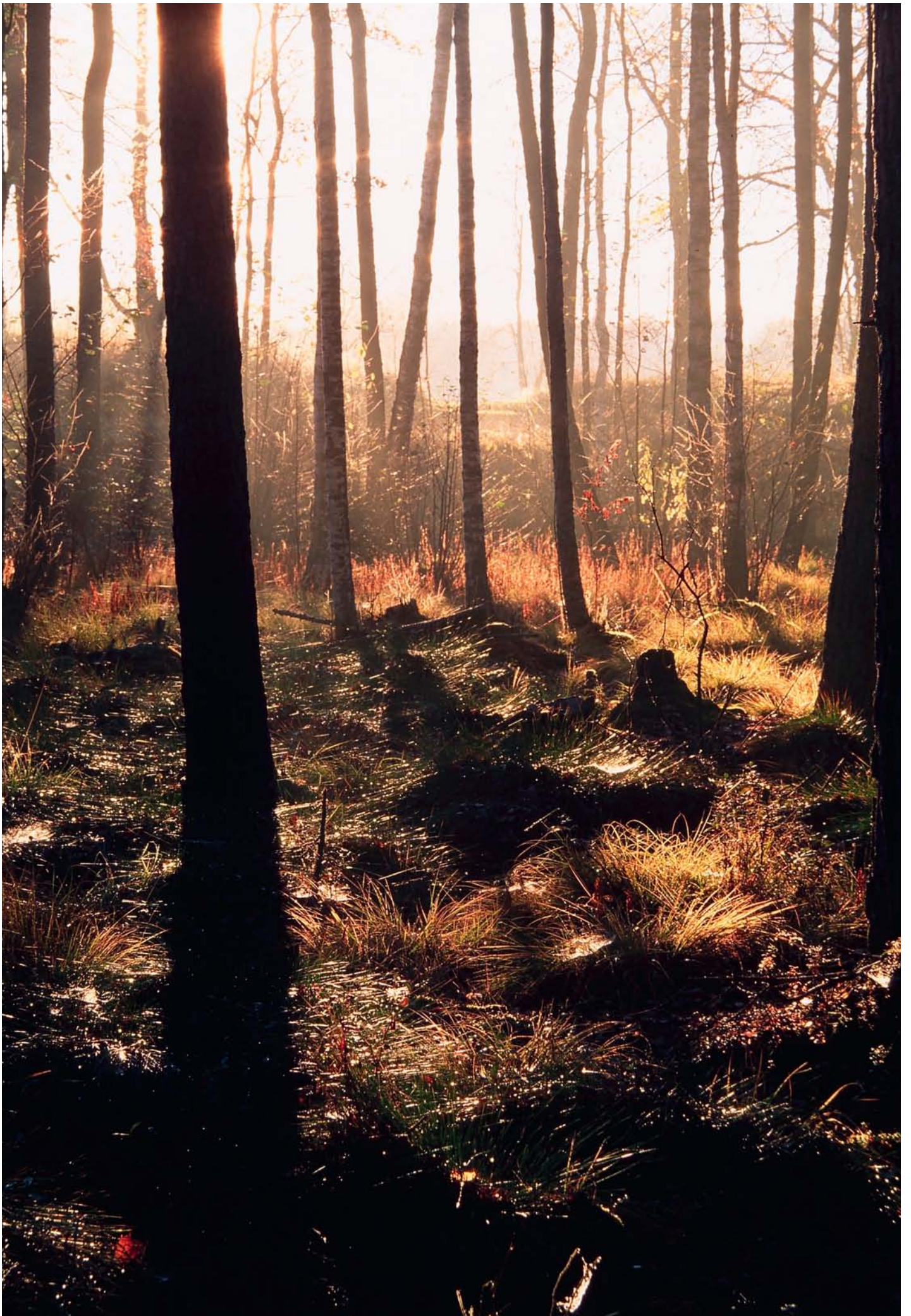
Från och med 2008 kommer koncernen även att använda FLA:s oberoende inspektörer för att inspektera New Wave Groups leverantörer. Resultaten från FLA:s inspektioner sparas i en databas och är tillgängliga för alla medlemmar liksom för allmänheten.

Miljö

I koncernens uppförandekod ställs miljökrav på bland annat vattenrening, avfalls- och kemikaliehantering. Produkter testas regelbundet på koncernens egna laboratorier i Asien eller på oberoende testinstitut för att säkerställa att leverantörerna följer företagets restriktioner. Alla bolag i New Wave-koncernen jobbar med att reducera vatten, elektricitet och pappersförbrukning samt att miljöfarligt avfall tas till vara på bästa möjliga sätt. Koncernen eftersträvar också ett nära samarbete med leverantörerna vad gäller miljöhänsyn. New Wave Group kräver att leverantörer ska följa de kemikalierestriktioner som Sveriges textilimportörers kemikalieguide ger ut samt gällande regler inom EU och i USA avseende bl a förbrukningen av jungfruligt råmaterial, utsläpp av "icke naturligt" material, avfall, luftutsläpp, energiförbrukning och förbrukning av färskvatten.

Transport och logistik

När det gäller transporter så arbetar koncernen med de största aktörerna på marknaden som alla har miljöprogram för sin verksamhet. Utvärderingen av dessa program är en viktig del av upphandlingsprocessen av frakter. För att minska påverkan på miljön samlar koncernen så mycket som möjligt av Asien-transporterna mellan de olika företagen. Koncernen utnyttjar flyg marginellt och endast i nödfall, dock utgör flygfrakt fortfarande New Wave Groups största miljöpåverkan och arbete med att minska användningen ytterligare pågår. Koncernen förnyar och ersätter befintliga logistiklösningar med nyare resurssnåla lösningar där modern teknik används för att minska verksamhetens miljöpåverkan.





Orrefors, Kosta Boda, SEA Glasbruk, Kosta Linnewäveri och Orrefors Järnverk erbjuder produkter för det dukade bordet.

Bolagsstyrning

Med bolagsstyrning avses det regelverk och den struktur som byggs upp för att på ett effektivt och kontrollerat sätt styra och leda verksamheten i ett aktiebolag. Bolagsstyrning syftar ytterst till att på bästa sätt tillgodose ägarnas krav på avkastning och till att ge samtliga intressenter fullgod och korrekt information om bolaget. Nedan redovisas hur koncernen styrs steg för steg från ägarna till den operativa verksamheten. Denna bolagsstyrningsrapport utgör inte en del av den formella årsredovisningen och är inte granskad av bolagets revisorer.

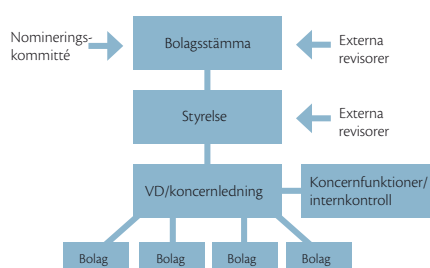
Svensk kod för bolagsstyrning

De företag som är noterade på OMX Nordic Exchange Stockholm och har ett marknadsvärde överstigande 3 miljarder kronor är skyldiga att tillämpa Svensk kod för bolagsstyrning. Marknadsvärdet av New Wave Groups noterade B-aktier överstiger 3 miljarder kronor och omfattas därför av koden. New Wave Groups A-aktier är inte noterade. Mer information om koden finns på www.bolagsstyrningskollegiet.se, där även en beskrivning finns för utländska investerare.

Bolagsordning

Bolagsordningen fastställs av årsstämman och innehåller en del grundläggande uppgifter för bolaget, t ex vilken verksamhet bolaget ska bedriva, aktiekapitalets storlek, antalet utgivna aktier, styrelsens storlek och hur årsstämman sammankallas. Bolagets bolagsordning anger bland annat att styrelsen ska bestå av minst tre och högst fem ledamöter, att styrelsen har sitt säte i Göteborg och att aktie av serie A ska ha tio röster och av serie B en röst. Fullständig bolagsordning finns på New Wave Groups hemsida www.nwg.se.

Bolagsstyrning



Bolagsstämma

Högsta beslutande organ är bolagsstämman där alla aktieägare har rätt att delta. Stämman har rätt att besluta i alla frågor som inte strider mot svensk lag. Vid bolagsstämman utövar aktieägarna sin rösträtt för att fatta beslut rörande styrelsens sammansättning, revisorer och andra centrala frågor såsom fastställande av bolagets balans- och resultaträkning, disposition av resultatet samt besluta om ansvarsfrihet för styrelseledamöter och verkställande direktör. Detta enligt New Wave Groups bolagsordning och svensk lagstiftning.

Årsstämman 2007

Årsstämman för aktieägarna i New Wave Group hölls den 11 maj 2007 i Göteborg. Fullständig information om 2007 års ordinarie årsstämma finns på hemsidan www.nwg.se.

Årsstämma 2008

Årsstämma hålls den 20 maj 2008 klockan 10.00 på huvudkontoret i Göteborg.

Valberedning

Valberedningen representerar bolagets aktieägare. Den har till uppgift att skapa ett så bra underlag som möjligt för bolagsstämmans beslut samt lämna förslag till bland annat beslut om tillsättning av styrelse och revisor samt ersättning till dessa. Valberedningen består av en representant för envar av bolagets tre största aktieägare genom personval. Om någon eller några av dessa aktieägare avstår från att utse ledamot till valberedningen skall nästa aktieägare i storleksordningen beredas tillfälle att utse ledamot. Uppgifter rörande valberedningens sammansättning publiceras i

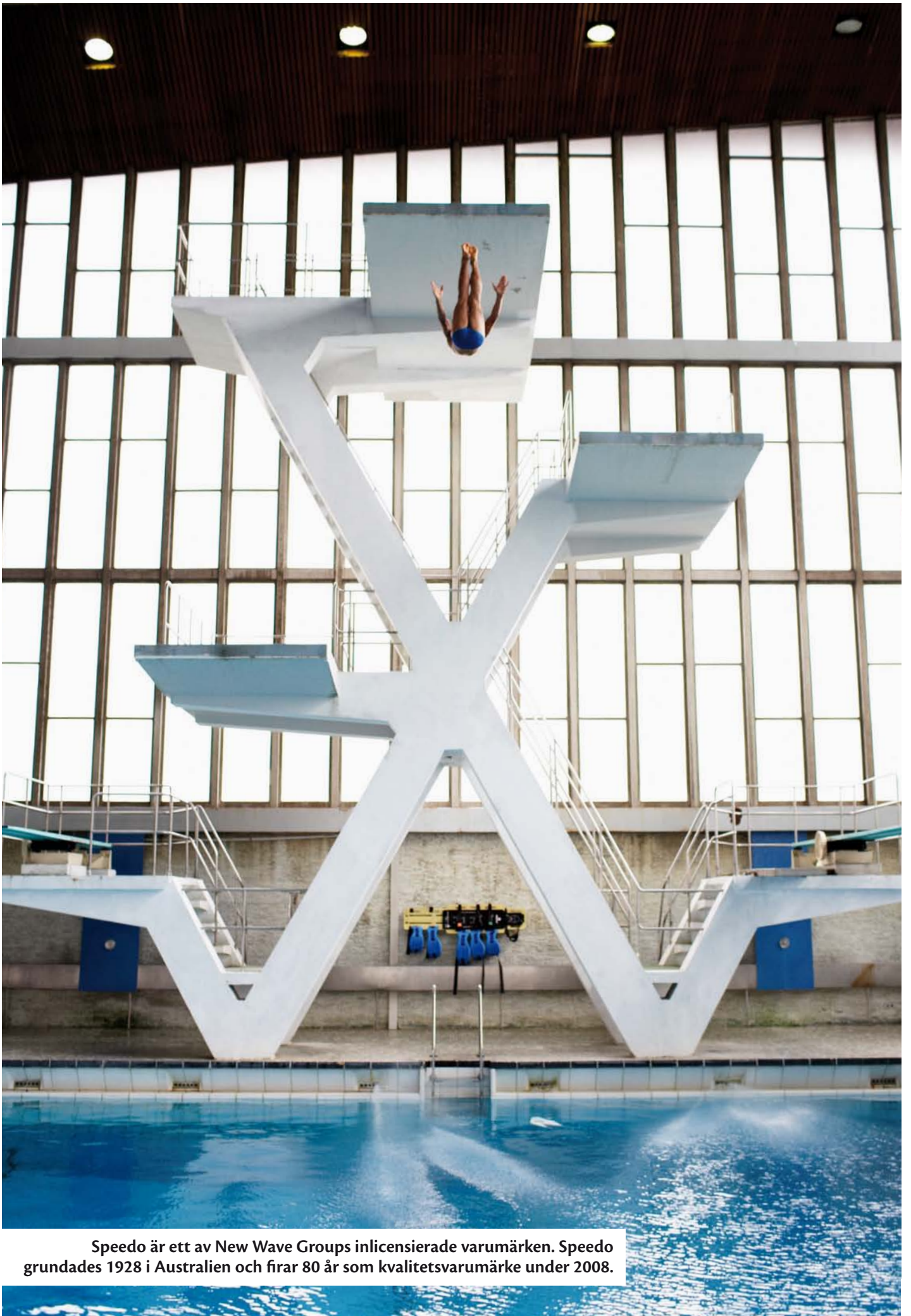
rapporten för tredje kvartalet. Arbetet i nomineringskommittén föregås av enkätutvärdering av styrelsearbetet och sittande medlemmar. Sammansättningen av valberedningen inför styrelsevalet på årets ordinarie årsstämma är enligt följande:

- Torsten Jansson, styrelseordförande och största aktieägare.
- Anders Algotsson, representant för AFA Försäkringar, som är den näst största aktieägaren.
- Arne Löow, representant för Fjärde AP-Fonden, som är den tredje största aktieägaren.

Valberedningen representerar cirka 85,6% av rösterna i New Wave Group per 31 december 2007. Alla aktieägare har möjlighet att vända sig till valberedningen med förslag på styrelseledamöter. Valberedningen har haft ett flertal protokollförda möten och däremellan haft kontakt via telefon och e-post. Bland annat har valberedningen bedömt styrelsen utifrån bolagets framtida utveckling och utmaningar för att kunna få en bra sammansättning av kompetens och erfarenhet. En redogörelse för valberedningens arbete publiceras på gruppens hemsida (www.nwg.se) i samband med offentliggörandet av deras förslag till styrelse.

Styrelsen och dess arbete

New Wave Groups styrelse består av fem ledamöter utsedda av bolagsstämman. Av ledamöterna är samtliga utom ordförande Torsten Jansson oberoende i förhållande till bolaget och dess större ägare. Styrelsens arbetsformer är fastställda i en arbetsordning



Speedo är ett av New Wave Groups inlicensierade varumärken. Speedo grundades 1928 i Australien och firar 80 år som kvalitetsvarumärke under 2008.

som reglerar ansvarsfördelningen mellan styrelsen och VD, VD:ns befogenheter, mötesplan samt rapportering. Styrelsemötena behandlar budget, delårsrapporter, årsbokslut, affärsläget, investeringar och etableringar. Dessutom behandlas övergripande frågor rörande långsiktig affärsstrategi samt struktur och organisationsfrågor. Då styrelsen består av svenska ledamöter hålls sammanträden och dokumentation på svenska. Normalt hålls mellan 7 till 10 styrelsemöten per år. Under 2007 sammanträdde styrelsen vid 10 tillfällen. Koncernens ekonomichef är styrelsens sekreterare. Ordföranden skall fortlöpande hålla kontakt med den verkställande direktören, följa koncernens verksamhet och utveckling.

Styrelsen	Oberoende	Ersättning (SEK)
Torsten Jansson, ordf.		270 000 + 600 000
Maria Andark	x	135 000
Hans Johansson	x	135 000
Peter Nilsson	x	135 000
Mats Årjes	x	135 000

Ersättningskommitté

Det finns ingen särskilt utsedd ersättningskommitté för hantering av löneläge, pensionsförmåner, incitamentsfrågor och andra anställningsvillkor för verkställande direktören utan dessa frågor behandlas av styrelsen i helhet. Anställningsvillkor för övrig koncernledning beslutas av VD och styrelseordförande. Avgångsvederlag förekommer inte inom koncernen. För att möjliggöra att ledande befattningshavare och övriga medarbetare kan rekryteras och behållas eftersträvar koncernen att erbjuda marknadsmässig kompensation.

New Waves policy för kompensation till ledande befattningshavare:

- kompensationen baseras på faktorer som arbetsuppgifter, kompetens, befattning och prestation.
- kompensationen är marknadsmässig för respektive marknad/jobb.
- att ersättningen utgörs av fast lön och inga rörliga ersättningar såsom bonus skall förekomma. För att behålla kontinuitet skall det dock få utges tantiem till ledande befattningshavare som även

under tidigare år uppburet sådan ersättning.

- möjlighet att vid två av tre tillfällen köpa optioner i New Wave Group till marknadspris.

Anställningsvillkor för VD

Ersättning till koncernens VD utgörs av fast lön. Inget styrelsearvode eller övriga ersättningar (bonus) utgår till VD. Pensionsförmåner utgår i enlighet med ITP-planen. För verkställande direktören gäller en ömsesidig uppsägningstid om 6 månader, dvs inga avgångsvederlag.

Utestående teckningsoptioner

Koncernen ger vid två av tre år ut teckningsoptioner med en löptid på cirka tre år. Programmen innebär att ledande befattningshavare erbjuds att förvärva teckningsoptioner på marknadsmässiga villkor. Marknadsmässiga villkor definieras som marknadsvärdet vid förvärvstidpunkten beräknat enligt Black & Scholes värderingsmetod. New Wave Group har två program för teckningsoptioner. Ett om 1 500 000 optionsrätter som löper till och med den 30 juni 2008. Optionerna tecknades i juni 2005 med en premie om 9,00 kr per styck och har ett lösenpris om 73,10 kr, vilket var 25% över snittkurs vid teckning. Koncernen lanserade också ett program för teckningsoptioner i juni 2007. Optionerna tecknades med en premie om 7,00 kr per styck och har ett lösenpris på 102,50 kr per styck juni 2010.

Revisionskommitté

Styrelsen har prövat frågan om inrättande av särskild revisionskommitté, men beslutat att styrelsen i sin helhet ska hantera dess kontrollärenden. Efter revisorernas granskning i oktober upprättar bolagets revisorer ett revisions-PM till styrelsen med kommentarer kring de enskilda bolagen och koncernen som helhet. Revisorerna rapporterar också personligen sina iakttagelser från granskningen och sin bedömning av bolagets interna kontroll och tillämpning av redovisningsprinciper under ett av höstens styrelsemöten. Styrelsen erhåller löpande information om internkontroll och regelefterlevnad, kontroll av redovisade värden, uppskattningar, bedömningar och övrigt

som kan påverka de finansiella rapporternas kvalitet. Bolagets revisor har i uppdrag att granska hur väl de övergripande reglerna för internkontroll efterlevs i bolagen. Revisorerna avrapporterar även sina iakttagelser kring internkontroll.

Verksamhetens operativa ledning

Koncernstyrelsen utser den verkställande direktören för moderbolaget som också är koncernchef. VD:n är ansvarig för den löpande kontrollen av koncernen och till honom rapporterar övriga i koncernledningen. Förutom VD består koncernledningen av sex personer: ekonomi- och finanschef, inköpschef, affärsområdesansvarig Detalj, affärsområdesansvarig Profil norra Europa, Affärsområdesansvarig Profil Mellaneuropa samt Affärsområdesansvarig Profil Sydeuropa. Koncernledningen ansvarar för utformningen av koncernens övergripande strategi, affärsstyrning, policy, koncernens finansiering, kapitalstruktur och riskhantering. Här behandlas även ärenden rörande företagsförvärv och koncernövergripande projekt.

Revisor

Vid årsstämman 2007 utsågs revisionsföretaget Ernst & Young AB som revisor. I samband med detta valdes Sven-Arne Gårdh och Bjarne Fredriksson som ansvariga för revisionen. Sven-Arne Gårdhs övriga uppdrag är bl a Wallenstam, Nilörngruppen, Global Refund och Turnils. Bjarne Fredrikssons övriga uppdrag är bl a Forsstrom High Frequency, Gymgrossisten Nordic, Mattssonföretagen, Uddevalla Energi och Wallhamn. Varken Sven-Arne eller Bjarne äger aktier i New Wave Group.

Revisionsarbetet

Koncernen tillämpar internationella redovisningsstandarder, International Financial Reporting Standards (IFRS), vid upprättande av koncernens rapportering. Koncernens niomånadersrapport granskas översiktligt av bolagets revisor. Granskningen följer rekommendation utfärdad av FAR SRS. Revisionen av årsredovisningen, koncernredovisningen och bokföringen samt styrelsens och verkställande direktörens förvaltning utförs enligt god revisionssed i Sverige.

Styrelsens rapport om intern kontroll

Styrelsen ansvarar enligt den svenska aktiebolagslagen för den interna kontrollen. Målet med den interna kontrollen är att skapa en tydlig ansvarsstruktur och effektiv beslutsprocess. Styrelsen har fastställt ett antal grundläggande dokument av betydelse för den finansiella rapporteringen för att säkra en effektiv kontrollmiljö. I styrelsens arbetsordning och instruktioner för den verkställande direktören säkerställs en tydlig roll- och ansvarsfördelning, som syftar till en effektiv hantering av verksamhetens risker. Styrelsen har också fastlagt ett antal grundläggande riktlinjer och policys, som har betydelse för den interna kontrollen, till exempel finanspolicy, redovisnings- och rapportinstruktioner, uppförandekod och kommunikationspolicy. De grundläggande styrdokumenterna är löpande föremål för översyn. Därutöver förutsätter en fungerande kontrollmiljö en adekvat organisationsstruktur och löpande översyn av densamma. Företagsledningen rapporterar regelbundet till styrelsen utifrån fastställda rutiner. Företagsledningen ansvarar för det system av interna kontroller som krävs för att hantera väsentliga risker i den löpande verksamheten. Cheferna på olika nivåer inom koncernen har definierade befogenheter och ansvar avseende den interna kontrollen. Det finns också ett antal definierade processer för planering och verkställande av beslut samt för beslutsstödjande verksamhet. De riskmoment som finns i den finansiella rapporteringen är:

- 1) Affärsprocessen
 - a. Inköp (merparten av New Wave Groups inköp sker i Asien)
 - b. Investeringar
 - c. Marknadsföring
 - d. Försäljning
 - e. Omgivningen
- 2) Transaktioner (det sker en stor mängd både externa och koncerninterna transaktioner)
- 3) Värderingar
- 4) Resultat och balansräkningen
- 5) Konsolidering och justeringar
- 6) Årsredovisningen och delårsrapporterna för koncernen

New Wave Groups största finansiella risker sett ur värde i balansräkningen är:

- 1) Varulagret som står för cirka 40% av värdet av koncernens tillgångar.
- 2) Kundfordringarna som står för cirka 20% av värdet av koncernens tillgångar.
- 3) Immateriella tillgångar (goodwill och varumärken) som står för 25% av värdet av koncernens tillgångar.
- 4) Räntebärande skulder som står för cirka 50% av koncernens balansomslutning.

Övriga större identifierbara risker är skatt och valutor.

Kontrollaktiviteter

Koncernens centrala stab är ansvarig för att implementera, vidareutveckla och upprätthålla koncernens kontrollrutiner samt att utföra internkontroll på affärskritiska frågor. New Wave Groups bolagiserade struktur innebär en omfattande controllerorganisation, vilken ansvarar för att den finansiella rapporteringen från varje enhet är korrekt, fullständig och i tid. New Wave har infört ett kontrollsystem för att verifiera de olika processerna och säkerställa den finansiella rapporteringen. Kontrollerna avseende de olika processerna och riskmomenten bedöms genom självvärdering, internrevision, interna styrelsemöten och via bolagets externa revisorer. Flertal processer är helt eller delvis centraliserade till koncernnivå såsom inköp, logistik, betalningar, finansiering, IT och konsolidering och sammanställning av koncernrapporter. Styrelsen får löpande ekonomiska rapporter och vid varje styrelsemöte behandlas koncernens och de olika företagens ekonomiska situation.

Internkontroll

Koncernen utför regelbundna genomgångar av bolagens rutiner och redovisning vilket rapporteras till koncernledningen. Inga VD:ar får själv tillsätta ekonomichef och ekonomicheferna rapporterar direkt till ekonomi- och finanschef för koncernen. Koncernens risker beträffande den ekonomiska rapporteringen ligger i risken för att materiella fel kan uppkomma i redovisningen

av bolagets ställning och resultat. Bolagets redovisningsinstruktioner och manualer samt etablerade uppföljningsrutiner syftar till att minimera dessa risker.

Affärsområden

Koncernen är indelat i två affärsområden, Profil och Detaljhandel. De flesta av koncernens företag säljer inom båda affärsområdena. Inom koncernledningen finns affärsområdesansvariga inom respektive affärsområde för att samordna verksamheten. Många av produkterna är gemensamma för de båda affärsområdena, men det är olika kundgrupper och därför separerade säljkåreer.

Konceptgrupper

Inom respektive affärsområde finns det ett antal konceptgrupper som är ansvariga för strategisk inriktning, produktframtagning och marknadsstrategi för ett eller flera varumärken.

Bolagen

New Wave Groups organisation är decentraliserad där stort mått av självständighet och bestämmande lämnas åt respektive bolagsledning. Målsättningen är att bolagen ska drivas av entreprenörsanda samtidigt som man har fördelen med att tillhöra en större koncern. Därför består koncernen av ett större antal operativa bolag, cirka 60 stycken, varav en del tillhör underkoncerner. Styrelsemöten hålls cirka tre gånger per år i respektive bolag alternativt underkoncern. Styrelsernas sammansättning beror på bolagets inriktning och utvecklingsfas. Förutom koncernledningen utnyttjas även kompetens från VD:ar i "mogna" bolag i de lokala dotterbolagsstyrelserna. Den organisationsmodell som New Wave Group har valt möjliggör en effektiv benchmarking i både lönsamhet, kapitalbindning och tillväxt mellan bolag, varumärken och marknader. New Wave Group har också satt upp interna måltal för bolagen.



Magnus Samuelsson är känd för allmänheten som världens starkaste man. Jobman arbetar tillsammans med Magnus.

Aktien

New Waves Groups aktie

Aktiekapitalet i New Wave Group AB uppgår till 199 030 629 kronor, fördelat på totalt 66 343 543 aktier, varje aktie på nominellt 3,00 kronor. Aktierna har lika rätt till andel i bolagets tillgångar och resultat. Varje aktie av serie A berättigar till tio röster och varje aktie av serie B berättigar till en röst. New Waves aktier av serie B är sedan 11 december 1997 noterade vid Stockholmsbörsen och noteras nu på börsens Mid Cap-lista. En noteringspost uppgår till 100 aktier.

Utdelningspolitik

Styrelsens mål är att utdelningen till aktieägare ska motsvara 30 procent av koncernens resultat efter skatt över en konjunkturcykel.

Aktieägare

Antalet aktieägare uppgick den 31 december 2007 till 11 825 (12 414). De institutionella investerarna kontrollerade totalt 47% av kapitalet och 12% av rösterna. De tio största aktieägarna svarade vid samma tidpunkt för 69% av kapitalet och 90% av rösterna. Utländska ägare svarade för 8% av kapitalet och 3% av rösterna.

New Wave Groups tio största ägare 2007-12-31

Aktieägare	Antal aktier	Antal röster	Kapital %	Röster %
Torsten Jansson genom bolag	21 355 905	207 725 025	32,2%	81,0%
AFA Försäkringar	6 439 660	6 439 660	9,7%	2,5%
Fjärde AP-Fonden	5 270 700	5 270 700	7,9%	2,1%
Robur	4 570 983	4 570 983	6,9%	1,8%
Svenska Handelsbanken	2 096 792	2 096 792	3,2%	0,8%
AMF Pension	1 559 600	1 559 600	2,4%	0,6%
Svenskt Näringsliv	1 300 000	1 300 000	2,0%	0,5%
SEB Fonder	1 127 268	1 127 268	1,7%	0,4%
Danske Fonder	971 668	971 668	1,5%	0,4%
Skandia Fonder	919 630	919 630	1,4%	0,4%
Totalt	45 612 206	231 981 326	68,8%	90,4%

Ägarfördelning i New Wave Group 2007-12-31

	Antal aktier	Antal röster	Kapital %	Röster %
Sverige	61 046 425	249 150 301	92,0%	97,1%
Ägare bosatta utanför Sverige, exkl. USA	4 697 189	6 497 189	7,1%	2,5%
USA	599 929	599 929	0,9%	0,2%
Totalt	66 343 543	256 582 663	100,0%	100,0

New Wave Groups ägarstruktur 2007-12-31

Storleksordning	Antal aktieägare	Antal aktier	Andel (%)	Marknadsvärde (TKR)
1 - 200	6 085	451 833	0,68%	30 499
201 - 1000	3 550	2 072 001	3,12%	139 860
1001 - 2000	1 033	1 687 809	2,54%	113 927
2001 - 10000	900	3 874 000	5,85%	261 495
10001 -	257	58 257 900	87,81%	3 932 408
Totalt	11 825	66 343 543	100,00%	4 478 189

Aktiens utveckling mot index och omsättning



Aktiekapitalets utveckling

År	Transaktion	Ökning antal aktier	Emissionskurs	Ökning aktiekapital	Totalt antal aktier	Totalt aktiekapital, kr	Kvotvärde
1991	Bolaget bildades	500	100,00		500	50 000	100,00
1995	Riktad nyemission 1:20 ¹	25	35 524,00	2 500	525	52 500	100,00
1996	Fondemission 37:1	19 475		1 947 500	20 000	2 000 000	
1997	Riktad nyemission 1:17 ²	11 448	600,00	114 480	211 448	2 114 480	10,00
	Fondemission	0		2 114 480	211 448	4 228 960	
	Split 10:1	1 903 032			2 114 480	4 228 960	
	Riktad nyemission ³	681 818	110,00	1 363 636	2 796 298	5 592 596	2,00
1998	Riktad nyemission ⁴	201 106	114,40	402 212	2 997 404	5 994 808	2,00
2000	Riktad nyemission ⁵	552 648	171,45	1 105 296	3 550 052	7 100 104	2,00
	Split 2:1	3 550 052			7 100 104	7 100 104	
2001	Riktad nyemission ⁶	150 000	160,00	150 000	7 250 104	7 250 104	1,00
2002	Split 2:1	7 250 104			14 500 208	7 250 104	
2004	Fondemission			166 752 392	14 500 208	174 002 496	12,00
	Riktad nyemission ⁷	1 160 016	130,00	13 920 192	15 660 224	187 922 688	12,00
	Split 2:1	15 660 224			31 320 448	187 922 688	6,00
	Riktad nyemission ⁸	226 886	88,15	1 361 316	31 547 334	189 284 004	6,00
2005	Riktad nyemission ⁹	96 822	125	12 102 750	31 644 156	189 864 936	6,00
	Riktad nyemission ¹⁰	614 732	52	3 688 392	32 258 888	193 553 328	6,00
	Split 2:1	32 258 888			64 517 776	193 553 328	3,00
2006	Riktad nyemission ¹¹	1 825 767	29,30	5 477 301	66 343 543	199 030 629	3,00

¹ Nyemission riktad till ägarna i Licensprint i Orsa AB i samband med köp av bolaget. Överkursfonden tillfördes 886 000 kr.

² Nyemission riktad till personalen inom koncernen. Teckningskurs 600 kr per aktie. Överkursfonden tillfördes 6 754 000 kr.

³ Nyemission i samband med börsintroduktion. Teckningskurs 110 kr per aktie. Överkursfonden tillfördes 69 089 000 kr.

⁴ Apportemission i samband med köp av Hefa-gruppen. Emissionskurs 114,40 kr per aktie. Överkursfonden tillfördes 22 604 000 kr.

⁵ Nyemission riktad till ägarna av Textet AB i samband med köp av bolaget. Överkursfonden tillfördes 94 242 000 kr.

⁶ Nyemission riktad till ägarna av Segerkoncernen AB i samband med köp av bolaget. Överkursfonden tillfördes 23 850 000 kr.

⁷ Nyemission riktad till New Waves ägare. Överkursfonden tillfördes 135 794 410 kr.

⁸ Nyemission riktad till ägarna av Jobman AB i samband med köp av bolaget. Överkursfonden tillfördes 16 638 684 kr.

⁹ Nyemission riktad till ägarna av Dahetrakoncernen i samband med köp av koncernen. Överkursfonden tillfördes 11 521 818 kr.

¹⁰ Nyemission i samband med optionslösen. Överkursfonden tillfördes 28 221 388 kr.

¹¹ Nyemission i samband med optionslösen. Överkursfonden tillfördes 48 017 672 kr.

Koncernens utveckling i sammandrag

MSEK	Sv. redovisn. std.		IFRS		
	2003	2004	2005	2006	2007
Resultaträkningar i sammandrag					
Försäljning	1 881,9	2 302,2	3 059,0	3 530,5	4 194,0
Övriga rörelseintäkter	13,5	20,0	25,8	23,1	37,7
Rörelsens kostnader	-1 650,6	-2 030,0	-2 757,7	-3 168,7	-3 772,0
Resultat före avskrivningar	244,8	292,2	327,1	384,9	459,7
Avskrivningar enligt plan	-39,6	-29,6	-31,5	-40,1	-53,9
Resultat efter avskrivningar	205,2	262,6	295,6	344,8	405,8
Finansnetto	-23,9	-28,4	-41,6	-54,6	-90,8
Resultat efter finansnetto	181,3	234,2	254,0	290,2	315,0
Skatt	-46,5	-61,3	-47,3	-63,1	-83,7
Minoritetens andel	-1,3	-	-	-	-
Resultat efter skatt	133,5	172,9	206,7	227,1	231,3

Balansräkningar i sammandrag

Varumärken	10,0	10,2	134,3	133,0	367,7
Övriga anläggningstillgångar	488,7	607,6	791,5	833,5	1 370,3
Varulager	677,8	971,9	1 466,8	1 519,3	1 862,1
Kundfordringar	378,8	482,4	708,5	745,2	883,0
Övriga omsättningstillgångar	67,3	71,3	147,5	134,3	211,0
Likvida medel	21,9	84,1	133,8	114,2	115,5
Summa tillgångar	1 644,5	2 227,5	3 382,4	3 479,5	4 809,7
Eget kapital hänförligt till aktieägarna	612,6	902,4	1 134,1	1 300,7	1 426,3
Eget kapital hänförligt till minoriteten	2,2	8,2	9,9	10,0	11,9
Avsättningar	34,6	65,2	104,9	109,7	210,0
Räntebärande skulder	714,4	970,3	1 622,5	1 430,6	2 472,5
Ej räntebärande skulder	280,7	281,4	511,0	628,5	689,0
	1 644,5	2 227,5	3 382,4	3 479,5	4 809,7

Kassaflöden

Kassaflöde före förändringar i rörelsekapital och investeringar	173,5	190,1	218,2	299,7	259,3
Förändringar av rörelsekapital	-97,6	-187,8	-315,6	-18,4	-176,3
Kassaflöde före investeringar	75,9	2,3	-97,4	281,3	83,0
Nettoinvesteringar	-79,9	-245,4	-220,2	-49,3	-1 165,7
Kassaflöde efter investeringar	-4,0	-243,1	-317,6	232,0	-1 082,7
Finansiella betalningar	13,1	305,5	361,7	-246,4	1 081,5
Årets kassaflöde	9,1	62,4	44,1	-14,4	-1,2

Nyckeltal	Sv. redovisn. std.		IFRS		
	2003	2004	2005	2006	2007
Bruttomarginal, %	44,4	45,9	46,4	47,9	47,6
Rörelsemarginal, %	10,9	11,4	9,7	9,8	9,7
Vinstmarginal, %	9,6	10,2	8,3	8,2	7,5
Nettomarginal, %	7,1	7,5	6,8	6,4	5,5
Avkastning på sysselsatt kapital, %	16,5	16,6	13,0	12,9	12,8
Avkastning på eget kapital, %	23,8	22,7	20,3	18,7	17,1
Soliditet, %	37,4	40,8	33,8	37,7	29,9
Nettoskuldssättningsgrad, %	113,1	97,3	130,1	100,4	163,9
Andel riskbärande kapital, %	39,5	43,1	35,9	40,5	33,8
Räntetäckningsgrad, ggr	7,8	8,2	6,2	5,5	4,0
Kapitalomsättningshastighet, ggr	1,2	1,2	1,2	1,0	1,0
Medelantal anställda	806	1 269	1 714	2 207	2 350
Lönekostnader inkl. sociala avgifter, MSEK	255,3	328,8	410,7	471,9	567,2
Försäljning utanför Sverige, %	55,0	57,6	61,0	60,7	61,4

Data per aktie¹

Antal aktier före utspädning	58 000 832	61 722 986	64 210 410	65 430 660	66 343 543
Antal aktier efter utspädning	58 236 740	63 143 988	65 306 999	65 681 234	68 843 543
Resultat per aktie före utspädning, kr	2,30	2,80	3,22	3,47	3,49
Resultat per aktie efter utspädning, kr	2,29	2,74	3,14	3,46	3,36
Eget kapital per aktie, kr	10,56	14,75	17,82	20,03	21,68
Eget kapital per aktie efter utspädning, kr	10,52	14,42	17,38	19,96	20,89
Aktiekurs 31 december, kr	37,50	63,75	88,00	77,25	67,50
P/E-tal, 31 december	16,30	25,93	27,33	22,26	19,36
Utdelning/aktie, kr	0,63	0,75	0,90	1,00	1,00
Direktavkastning %	1,7	1,2	1,0	1,3	1,5
Rörelsens kassaflöde per aktie, kr	1,31	0,04	-1,52	4,30	1,25

¹ Data per aktie har omräknats med hänsyn till split 2:1 under 2005 och 2004

Definitioner

Andel riskbärande kapital

Summan av eget kapital och latenta skattekulder (inklusive minoritet) dividerat med balansomslutningen.

Avkastning på eget kapital

Nettovinsten enligt resultaträkningen i procent av genomsnittligt justerat eget kapital.

Avkastning på sysselsatt kapital

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

Bruttomarginal

Försäljning med avdrag för direkta varukostnader i procent av rörelsens nettoomsättning.

Kapitalomsättningshastighet

Omsättningen dividerad med genomsnittlig balansomslutning.

Nettomarginal

Nettoresultatet i procent av årets fakturering.

Nettoskuldssättningsgrad

Räntebärande skulder reducerade med räntebärande tillgångar i procent av eget kapital.

Räntetäckningsgrad

Resultat efter finansnetto plus finansiella kostnader dividerat med finansiella kostnader.

Rörelsemarginal

Rörelseresultat efter avskrivningar i procent av årets fakturering.

Soliditet

Eget kapital inkl. minoritet i procent av balansomslutningen.

Sysselsatt kapital

Balansomslutningen minskat med icke räntebärande skulder och icke räntebärande avsättningar.

Vinstmarginal

Resultat efter finansnetto i procent av årets fakturering.

Vinst per aktie

Nettovinsten i förhållande till ett vägt genomsnitt av utestående antal aktier.

Ekonomisk information

Förvaltningsberättelse	36
Förslag till vinstdisposition	39

Koncernen

Resultaträkning	40
Balansräkning	41
Förändringar i eget kapital	42
Kassafödesanalys	43

Moderbolaget

Resultaträkning	44
Balansräkning	45
Förändringar i eget kapital	46
Kassafödesanalys	47

Noter till resultat och balansräkning	48
Revisionsberättelse	64

Förvaltningsberättelse

Styrelsen och verkställande direktören i New Wave Group AB (publ), 556350-0916, med säte i Göteborg får härmed avge årsredovisning och koncernredovisning för verksamhetsåret 2007-01-01–2007-12-31.

Koncernen

New Wave verkar inom två affärsområden, dels på profilmarknaden genom försäljning av profilkläder, presentreklam och yrkeskläder till återförsäljare, dels på detaljhandelsmarknaden med försäljning till butiker i främst present-, accessoar- och sportfackhandeln. Genom att verka inom båda dessa marknadssegment får koncernen en bra riskspridning. Samordningsfördelar uppnås inom design, inköp och logistik. Många av produkterna är gemensamma för både Profil och Detaljhandeln, vilket ger en betydande riskspridning där till och med katalogerna kan vara gemensamma i de båda affärsområdena. Den stora skillnaden mellan affärsområdena är distributionskanalen där slutkunden är privatpersoner i affärsområde Detaljhandel medan slutkunden är företag inom affärsområde Profil. Inom detaljhandel sker stora delar av försäljningen genom förhandsorder medan profilhandeln levererar direkt vid order. Det innebär också stora skillnader i lageruppbyggnad och krav på service mellan de båda segmenten. I båda segmenten agerar New Wave som grossist. Affärsområde Profil står för 59% av koncernens omsättning och 84% av resultatet (EBITDA). New Wave är etablerat i 20 länder via egna bolag och 61% av omsättningen är utanför Sverige.

New Waves konkurrenskraft ligger framförallt i starka varumärken, stor kunskap, hög servicenivå och ett välutvecklat helhetskoncept. Produkterna tillverkas främst i Asien och till en mindre del i Europa. New Wave har, genom sin relativa storlek, bra inköpspriser och effektiv logistik. Profilmarknaden är fragmenterad med några få globala aktörer och många mindre inom respektive land. Koncernens mest kända helägda varumärken är Craft, Sagaform, Orrefors, Kosta Boda, Cutter & Buck, Seger, Grizzly, Clique, James Harvest Sportswear, Mac One, Toppoint, Jobman, Projob och Pax, samt licensierade Umbro, Nordica, Exel och Speedo.

Verksamhetens utfall

Försäljningen under året ökade som helhet med 19% och ökningen var främst hänförlig till den förvärvade enheten Cutter & Buck.

New Wave förvärvade den 8 juni Cutter & Buck Inc. som var noterat på den amerikanska börsen NASDAQ. Cutter & Buck är en ledande aktör inom exklusiva golf- och sportkläder i USA. Den totala köpeskillingen om 157 MUSD finansierades genom lån. Ytterligare ett förvärv gjordes under året. Den 1 juli förvärvades 51% av aktierna i Textet Poland Sp. z o.o för 186 TEUR. New Wave har en option att förvärva resterande 49%.

New Wave är marknadsledande i Norden inom affärsområde Profil. Dock förväntas framtida tillväxt främst komma från övriga Europa där bolaget har en lägre marknadsandel. Under 2007 har tillväxten varit störst i Mellan-Europa, USA (genom förvärv) samt i Kina och Ryssland.

Tillväxttalen under det första halvåret påverkades av att fjolåret inkluderar den höga profilmarknaden som fotbolls-VM i Tyskland medförde samt även föregående års högre omsättning från tradingverksamheten. Det tredje kvartalet uppvisade en högre tillväxttakt medan det sista kvartalet påverkades av en svagare utveckling på affärsområde Detaljhandel än vad som förväntats.

Resurser och investeringar har omfördelats under året för att säkra synergierna samt skapa en stabil och hög framtida tillväxt i det förvärvade bolaget Cutter & Buck. Detta har dock haft en negativ påverkan på den organiska tillväxten under 2007. Omfördelningarna har medfört att marknadsinvesteringarna i övriga länder minskat under 2007 jämfört med planerat. Minskningen har skett till förmån för investeringar i lanseringen av Cutter & Buck i Europa samt Clique & New Wave i USA, vilket ledningen bedömer ska generera tillväxt under 2008 och 2009.

Koncernens båda bolag som handhar försäljningen av hård presentreklam på den svenska marknaden, DJ Frantextil och Sagaform, är föremål för omfattande omstrukturering och en återhämtning av försäljningen förväntas ske under 2008. Även koncernens tryckeriverksamhet som bedrivs i Dahetra AS i Danmark omstruktureras.

Bruttovinsten minskade något från 47,9% till 47,6%, vilket berodde på högre

produktionskostnader i form av energi och personal inom Orrefors Kosta Boda AB. Den underliggande trenden är dock att marginalen ökar beroende på bättre inköp och logistik. New Wave har ett långsiktigt bruttovinstmål på 50%.

Externa kostnader och personalkostnader i koncernen påverkades av de förvärvade enheterna. Exklusive förvärvade enheter, ökade dessa kostnader med 1,7% under 2007. Kostnadsökningarna i avskrivningar och finansnetto är också hänförliga till de förvärvade enheterna.

Resultatet för året ökade med 4,2 MSEK till 231,3.

Försäljning

Omsättningen ökade med 19% till 4 194 (3 530) MSEK. Förvärvad omsättning uppgick till 552 MSEK, vilket ger en organisk tillväxt om 3%. Valutakurserna har haft en negativ påverkan på omsättningen med 10 MSEK.

Resultat

Resultatet efter finansnetto för året förbättrades 24,8 MSEK till 315,0 (290,2) MSEK. Förvärvade enheter bidrog med 19,3 MSEK. Resultatet efter skatt förbättrades med 4,2 MSEK till 231,3 (227,1) MSEK och vinst per aktie till 3,49 (3,47) kr.

Bruttovinstmarginalen försämrades jämfört med föregående år och uppgick till 47,6 (47,9)%. Den underliggande marginalen visar dock på en positiv trend. Året har påverkats av högre produktionskostnader i form av höjda energi- och personalkostnader i Orrefors Kosta Boda AB samt en försämrad lönsamhet mot presentfackhandeln.

De externa kostnaderna som andel av omsättningen minskade och uppgick till 22,0 (22,5)%. Kostnaderna för personal som andel av omsättningen ökade och uppgick till 15,4 (14,8)%. De totalt ökade kostnaderna är främst hänförliga till förvärvade enheter samt centrala projekt. Totala kostnader, exklusive förvärvade enheter, ökade med 1,7% under 2007.

Avskrivningarna har ökat med 13,8 MSEK till 53,9 (40,1) MSEK, och ökningen är främst hänförlig till de förvärvade enheterna.

Finansnettot uppgick till -90,8 (-54,6) MSEK. Ökningen beror på högre räntor och högre nettoskuld med anledning av Cutter & Buck-förvärvet. Koncernens policy är att ha kort räntebindning, vilket gör att ändrade korrtäntor snabbt får genomslag i koncernens räntenetto.

Skattesatsen för koncernen ökade och uppgick till 26,6 (21,7)%, vilket är hänförligt till en ökad skattebas utanför Sverige och då främst det förvärvade bolaget Cutter & Buck. På grund av det förvärvade bolaget Cutter & Buck förväntas skattesatsen öka ytterligare under 2008.

Rörelsemarginalen uppgick till 9,7 (9,8)% och avkastning på sysselsatt kapital till 12,8 (12,9)%.

Affärsområde Profil

Omsättningen ökade med 15% till 2 473 (2 146) MSEK och resultatet (EBITDA) förbättrades med 98 MSEK till 386 (288) MSEK. Förvärvade enheter bidrog med 249 MSEK i omsättning och 42,1 MSEK i resultat (EBITDA). Omsättning och resultatförbättring är främst relaterat till regionerna utanför Sverige.

Affärsområde Detaljhandel

Omsättningen ökade med 24% till 1 721 (1 385) MSEK men resultatet (EBITDA) försämrades med 23 MSEK till 74 (97) MSEK. Förvärvade enheter bidrog med 303 MSEK i omsättning och -2,2 MSEK i resultat (EBITDA). Resultatförsämringen är främst hänförlig till högre produktionskostnader i form av energi och personal i Orrefors Kosta Boda AB, nyetableringar av varumärken samt Sagaform och DJ Frantextil.

Inköp

New Wave har inköpskontor i Bangladesh, Vietnam och Kina och från fjärde kvartalet även ett inköpskontor i Bangalore, södra Indien. För närvarande arbetar cirka 160 personer med inköp. Koncernen har under året lagt resurser på att förstärka kompetens, system för uppföljning av kvalitet och miljö av både produkter och leverantörer. Strategin innebär ökad hastighet i inköpsarbetet och minskade kostnader. Arbetet kommer att fortsätta under 2008.

Geografisk fördelning

Tabell för omsättning i regionerna Norden, Mellan-Europa, Södra Europa, USA och övriga länder redovisas på sidan 8.

New Wave har en stark ställning på den nordiska marknaden. Framtida tillväxt förväntas genereras i resten av Europa där marknadsandelarna är små.

Omsättningstillväxten under 2007 visar på tillväxt främst i Mellan-Europa, och då främst inom affärsområde Profil. Södra Europa har påverkats av lägre omsättning från tradingverksamheten medan affärsområde Profil fortsätter att öka.

Försäljningsökningen på den amerikanska marknaden är främst hänförlig till det förvärvade bolaget Cutter & Buck. Omsättningen i USA uppgick till 689 (167) MSEK.

Ökningen på övriga marknader är främst hänförlig till Ryssland och Kina.

Förvärv

New Wave förvärvade den 8 juni Cutter & Buck Inc. som var noterat på den amerikanska börsen NASDAQ och är en ledande aktör inom exklusiva golf- och sportkläder i USA. Den totala köpeskillingen om 157 MUSD finansierades genom lån.

Cutter & Buck Inc. utvecklar, designar och marknadsför exklusiva golf- och sportkläder under varumärkena Cutter & Buck, ANNIKA och CBUK. Bolaget säljer primärt sina produkter till golf- och sportfackhandeln, profilåterförsäljare samt internationella distributörer och licenstagare. Bolaget säljer även direkt till konsument genom postorder och e-handel via det helägda dotterbolaget Cutter & Buck Inc. Direct LLC. Cutter & Buck Inc.'s produkter kännetecknas av hög kvalitet och distinkt och komfortabel design. Bolaget har ett nära samarbete med Annika Sörenstam genom varumärket ANNIKA.

Sammanläggningen av de båda bolagen kommer att förse Cutter & Buck Inc. med ett betydligt bredare produktutbud för den amerikanska marknaden och ge New Wave Group ett exklusivt varumärke inom golf- och sportkläder för distribution i Europa. Endast en mindre del av Cutter & Bucks omsättning sker utanför USA, vilket ger betydande synergier på distributionssidan genom New Waves breda distributionsnät i Europa. Samtidigt kan New Waves produkter distribueras genom Cutter & Bucks breda distributionsnät i USA. Initialt kommer New Waves varumärken Clique och New Wave inom affärsområde Profil lagerläggas och distribueras i USA våren 2008. På motsvarande sätt kommer varumärket Cutter & Buck lagerläggas och lanseras i Europa våren 2008. Lanseringarna kommer att ske via separata säljkåror, men stora marknadssynergier kommer att uppnås genom befintliga distributionskanaler både i USA och Europa. Betydande synergier förväntas också inom inköp och produktutveckling där inköpen kommer att integreras med New Waves inköpskontor i Asien. Crafts stora kompetens av tekniska material kommer att utnyttjas till att produktutveckla Cutter & Bucks funktionsplagg och för att lansera regnställ i funktionella "andasmaterial" inom golfsortimentet.

De kostnadssynergier som identifierats är främst:

- Lägre inköpspriser genom integration till New Waves inköpskontor
- Minskad administration
- Minskade kostnader för att inte längre vara noterade på NASDAQ

Ovanstående marknadssynergier kommer att kräva ökad kapitalbindning i varulager i både USA och Europa med start i slutet av 2007 och början av 2008. Även kostnaderna för marknadsföring kommer att öka till viss del. Förvärvet är lånefinansierat i SEK. Cutter & Buck Inc. har cirka 380 anställda och hade under sitt senaste officiella räkenskapsår (1 maj 2005 – 30 april 2006) en omsättning på 131 MUSD och ett nettoresultat om 6,3 MUSD. Cutter & Buck konsolideras i New Wave från och med den 8 juni.

Nyetableringar

Ytterligare en outlet om 11 000 m² har byggts i Kosta och invigdes 30 juni 2007. Merparten har hyrts ut till externa hyresgäster med attraktiva varumärken. Ett nytt hotell med cirka 110 bäddar kommer att byggas av ett med kommunen gemensamt bolag och beräknas vara klart vintern 2008/09.

Varumärkena Orrefors och Kosta Boda har etablerat 4 butiker i Kina under året och har nu sammanlagt 7 butiker i landet.

New Wave Group har tecknat ett treårigt leverantörs- och partnerskapsavtal med Coop för herr-, dam- och barnkläder. Avtalet innebär en stor möjlighet till

ökad försäljning för New Wave Group. New Wave kommer att börja leverera kläder till Coop Forum under början av 2008. Det gäller Coop Forums hela sortiment av herr-, dam- och barnkläder för barn mellan 8-15 år. I partnerskapet svarar New Wave för bland annat sortiment, leveranser och klädavdelningens utseende, medan Coop Forum svarar för den dagliga driften och försäljningen i stormarknaden.

New Wave har tecknat ett nytt licensavtal med Speedo för distribution av sortimentet i Sverige, Danmark och Norge.

För att ytterligare förstärka ställningen i sportbranschen har New Wave-koncernen samlat alla sportvarumärken i ett och samma bolag, New Wave Sports AB. Det nya sportbolaget kommer att ha huvudkontor i Borås och distributionen kommer att ske från ett nybyggt centralt lager i Ulricehamn. Synergier inom ekonomi, administration, kundtjänst och logistik kommer härmed att uppnås. Den nya organisationen avses träda i kraft under andra halvåret 2008.

Säsongen 08/09 lanserar Craft en ny alpinkollektion. Kollektionen är baserad på fart, position, prestation och rörelsefrihet.

Kapitalbindning

Kapitalbindningen av varor ökade under året med 343 MSEK till 1 862 (1 519) MSEK varav Cutter & Buck bidrog med 242 MSEK. Motsvarande ökning föregående år var 52 MSEK. Kundfordringarna ökade med 138 MSEK till 883 (745) MSEK varav Cutter & Buck bidrog med 85 MSEK.

Investeringar, finansiering och likviditet

Koncernens kassaföde från den löpande verksamheten uppgick till 83,0 (281,3) MSEK och efter investeringar till -1 083 (283) MSEK. Koncernens kassapåverkande nettoinvesteringar uppgick under januari–december 2007 till -1 166 (-49) MSEK. Nettoskulden ökade med 1 041 MSEK under januari–december och uppgick till 2 357 (1 316) MSEK. Koncernen hade cirka 3 278 MSEK i kreditramar den 31 december 2007.

Personal, organisation och kompensationer

Antalet årsanställda uppgick till 2 350 (2 161) personer varav 43% var kvinnor och 57% var män. Av antalet anställda arbetar 914 personer inom produktion. Den produktion som finns inom New Wave är hänförlig till Orrefors Kosta Boda, Seger, Dahetra, Toppoint och Cutter & Buck (brodyr).

Det finns ingen särskilt utsedd ersättningskommitté för hantering av löneläge, pensionsförmåner, incitamentsfrågor och andra anställningsvillkor för verkställd direktören utan behandlas av styrelsen i helhet. Anställningsvillkor för övrig koncernledning beslutas av VD och styrelseordförande. Avgångsvederlag förekommer inte inom New Wave-koncernen.

För att möjliggöra att ledande befattningshavare och övriga medarbetare kan rekryteras och behållas strävar New Wave efter att erbjuda marknadsmässig kompensation.

New Waves policy för kompensation till ledande befattningshavare:

- kompensationen baseras på faktorer som arbetsuppgifter, kompetens, befattning och prestation.
- kompensationen är marknadsmässig för respektive marknad/jobb.
- att ersättningen utgörs av fast lön och inga rörliga ersättningar såsom bonus skall förekomma. För att behålla kontinuitet skall det dock få utges tantiem till ledande befattningshavare som även under tidigare år uppburit sådan ersättning.
- möjlighet att vid två av tre tillfällen under en treårsperiod köpa optioner i New Wave Group till marknadspris.

För att möta den framtida utvecklingen, har koncernledningen under året utökats med bl a affärsområdesansvariga.

Teckningsoptioner i New Wave Group AB

New Wave har två program för teckningsoptioner utestående. Det ena löper till och med den 30 juni 2008 och rör 1 500 000 optionsrätter med ett lösenpris om 73,10 kr. Optionerna tecknades i juni 2005 med en premie om 9,00 kr per styck.

Det andra gavs ut under juli 2007 och omfattar 2 000 000 optionsrätter som löper tom juni 2010 med ett lösenpris om 102,50 kr. Optionerna tecknades med en premie om 7,00 kr per styck.

Risker och riskkontroll

New Wave är, med den internationella verksamheten, löpande utsatt för olika finansiella risker. De finansiella riskerna är valuta-, upplånings- och ränterisker samt likviditets- och kreditrisker. En finanspolicy finns upprättad för att minimera dessa riskers påverkan på resultatet. För en utförligare beskrivning av koncernens riskexponering och riskhantering hänvisas till not 19.

De operationella riskerna utgörs av faktorer som inte är direkt påverkbara som t ex konjunkturer men i övrigt av mode och fluktuationer i valutor. Inom affärsområde Profil krävs kontinuitet i kollektionerna vilket begränsar risken för inkurans. Valutarisken begränsas genom att prislister kan justeras kontinuerligt. Försäljningen sker till utvalda återförsäljare vilket begränsar kreditförlusterna. Inom affärsområdet Detaljhandel är modegraden mycket högre än inom Profil. Då försäljningen till stor del sker genom förhandsorder begränsas inkuransrisken. Valutarisken begränsas genom att 50-80% av inköpskostnaden terminsäkras.

New Waves aktie

Antalet aktier i New Wave Group AB uppgår till 66 343 543 aktier med ett nominellt värde på 3,00 kr. Aktierna har lika rätt till andel i bolagets tillgångar och resultat. Varje aktie av serie A berättigar till tio röster och varje aktie av serie B berättigar till en röst. Hembud föreligger för A-aktieägare enligt bolagsordningens paragraf 14.

Val av styrelseledamöter sker på ordinarie bolagstämma.

Torsten Jansson genom bolag äger 32,2% av kapitalet och 81,0% av rösterna.

Följande bemyndigande har givits styrelsen intill nästa årsstämma:

- att vid ett eller flera tillfällen, med eller utan avvikelse från aktieägarnas företrädesrätt, fatta beslut om nyemission av högst 6 000 000 st aktier av serie B. Genom beslut med stöd av bemyndigandet skall aktiekapitalet kunna ökas med sammanlagt högst 18 000 000 kr. Bemyndigandet skall även innefatta rätt att besluta om nyemission med bestämmande om apport eller att aktie skall tecknas med kvittningsrätt eller eljest med villkor som avses i 13 kap 5 § 6 p aktiebolagslagen. Skälen till avvikelse från aktieägarnas företrädesrätt är att de nyemitterade aktierna skall användas för företagsförvärv respektive för finansiering av fortsatt expansion. Grunden för emissionskursen skall vara aktiens marknadsvärde.
- att vid ett eller flera tillfällen besluta att uppta finansiering av sådant slag som omfattas av bestämmelserna i 11 kap 11 § aktiebolagslagen. Villkoren för sådan finansiering skall vara marknadsmässiga. Bakgrunden till bemyndigandet är att bolaget skall ha möjlighet att uppta sådan finansiering på för bolaget attraktiva villkor där t ex räntan kan vara beroende av bolagets resultat eller finansiella ställning.

Övrigt

En redogörelse för koncernens styrning och styrelsens arbete framgår av avsnittet Bolagsstyrning.

Förslag till vinstdisposition

Till årsstämman förfogade står följande:

Tkr	
Balanserade vinstmedel 2007-01-01	247 360
Överkursfond	48 018
Koncernbidrag	47 368
Utdelning	- 66 344
Årets resultat	86 926
Summa utdelningsbara medel:	363 328

Styrelsen föreslår att 296 984 tkr överförs i ny räkning och en utdelning om 1,00 (1,00) kronor per aktie, vilket motsvarar 66 344 tkr. Styrelsens mål är att utdelningen till aktieägarna ska motsvara 30% av koncernens resultat över en konjunkturcykel.

Med hänvisning till ovanstående samt vad som i övrigt kommit till styrelsens kännedom är det styrelsens bedömning att den föreslagna utdelningen är försvarlig med hänvisning till de krav som verksamhetens art, omfattning och risker ställer på storleken av bolagets och koncernens egna kapital liksom på bolagets och koncernens konsolideringsbehov, likviditet och ställning i övrigt.

Undertecknade försäkrar att koncern- och årsredovisningen har upprättats i enlighet med internationella redovisningsstandarder IFRS, sådana de antagits av EU, respektive god redovisningssed och ger en rättvisande bild av koncernens ställning och resultat, samt att koncernförvaltningsberättelsen och förvaltningsberättelsen ger en rättvisande översikt över utvecklingen av koncernens och företagets verksamhet, ställning och resultat samt beskriver väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer som de företag som ingår i koncernen står inför.

Göteborg den 20 februari 2008

Maria Andark

Torsten Jansson
Styrelseordförande

Hans Johansson

Mats Årjes

Göran Härstedt
Verkställande direktör och koncernchef

Peter Nilsson

Vår revisionsberättelse har lämnats den 20 februari 2008

Ernst & Young

Sven-Arne Gårdh
Auktoriserad revisor

Bjarne Fredriksson
Auktoriserad revisor

Resultaträkning för koncernen

1 januari - 31 december

MSEK	Not	2007	2006
Nettoomsättning	2	4 194,0	3 530,5
Handelsvaror		-2 196,1	-1 839,6
Bruttoresultat		1 997,9	1 690,9
Övriga rörelseintäkter	4	37,7	23,1
Externa kostnader	6	-921,3	-793,4
Personalkostnader	6	-647,2	-522,2
Avskrivning av materiella och immateriella anläggningstillgångar	1	-53,9	-40,1
Övriga kostnader		-7,4	-13,6
Andelar i intresseföretags resultat		-	0,1
Rörelseresultat		405,8	344,8
Finansiella intäkter		15,0	9,4
Finansiella kostnader		-105,8	-64,0
Finansnetto		-90,8	-54,6
Resultat före skatt		315,0	290,2
Skatt på årets resultat	9	-83,7	-63,1
Årets resultat		231,3	227,1
Hänförligt till:			
Moderbolagets aktieägare		229,3	225,7
Minoritetens aktieägare		2,0	1,4
		231,3	227,1
Resultat per aktie			
före utspädning (kr)		3,49	3,47
efter utspädning (kr)		3,36	3,46
Vägt antal aktier före utspädning		66 343 543	65 430 660
Vägt antal aktier efter utspädning		68 843 543	65 681 234

Balansräkning för koncernen

Per den 31 december

MSEK	Not	2007	2006
TILLGÅNGAR			
Immateriella anläggningstillgångar	10	1 152,6	511,7
Materiella anläggningstillgångar	11	380,8	345,0
Andelar i intresseföretag	13	37,7	15,7
Långfristiga fordringar	13	17,2	6,7
Uppskjutna skattefordringar	13	131,8	83,4
Summa anläggningstillgångar		1 720,1	962,5
Varulager	25	1 862,1	1 519,3
Aktuell skattefordran		48,1	35,0
Kundfordringar	19	883,0	745,2
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	14	92,6	45,2
Övriga fordringar	7	88,3	58,1
Likvida medel		115,5	114,2
Summa omsättningstillgångar		3 089,6	2 517,0
SUMMA TILLGÅNGAR	24	4 809,7	3 479,5
EGET KAPITAL	16		
Aktiekapital		199,1	199,1
Övrigt tillskjutet kapital		217,1	217,1
Reserver		-86,7	-37,8
Balanserade vinstmedel inklusive årets resultat		1 096,8	922,3
Eget kapital hänförligt till moderbolagets aktieägare		1 426,3	1 300,7
Minoritetsintresse		11,9	10,0
Summa eget kapital		1 438,2	1 310,7
SKULDER			
Långfristiga räntebärande skulder	17, 19, 24	2 414,9	1 373,5
Avsättningar till pensioner		7,5	7,6
Övriga avsättningar		17,5	2,2
Uppskjutna skatteskulder	13	185,0	99,9
Summa långfristiga skulder		2 624,9	1 483,2
Kortfristiga räntebärande skulder	17, 19, 24	57,6	57,1
Leverantörsskulder		319,9	192,7
Aktuell skatteskuld		30,8	50,3
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	18	231,2	176,8
Övriga skulder		107,1	208,7
Summa kortfristiga skulder		746,6	685,6
Summa skulder		3 371,5	2 168,8
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	24	4 809,7	3 479,5
Ställda säkerheter och ansvarsförbindelser			
Ställda säkerheter	22	221,4	252,3
Eventualförpliktelser	23	7,9	7,9

Sammandrag avseende förändringar i koncernens eget kapital

MSEK	Aktiekapital	Övrigt tillskjutet kapital	Reserver	Balanserade vinstmedel inkl årets resultat	Summa	Minoritets-intresse	Totalt eget kapital
Ingående eget kapital 2006-01-01	193,6	169,1	123,4	648,0	1 134,1	9,9	1 144,0
Årets omräkningsdifferenser	-	-	-51,5	-	-51,5	-2,2	-53,7
Kassaflödessäkringar	-	-	-3,0	-	-3,0	-	-3,0
Kapitalandelsförändring i minoriteten	-	-	-	-	-	0,9	0,9
Omklassificering	-	-	-106,7	106,7	0,0	-	0,0
Summa förmögenhetsförändringar redovisade direkt mot eget kapital, exklusive transaktioner med bolagets ägare	0,0	0,0	-161,2	106,7	-54,5	-1,3	-55,8
Årets resultat	-	-	-	225,7	225,7	1,4	227,1
Summa förmögenhetsförändringar, exklusive transaktioner med bolagets ägare	0,0	0,0	0,0	225,7	225,7	1,4	227,1
Utdelningar	-	-	-	-58,1	-58,1	-	-58,1
Nyemission	5,5	48,0	-	-	53,5	-	53,5
Av personalen betald optionspremie	-	-	-	0,0	0,0	-	0,0
Utgående eget kapital 2006-12-31	199,1	217,1	-37,8	922,3	1 300,7	10,0	1 310,7
MSEK	Aktiekapital	Övrigt tillskjutet kapital	Reserver	Balanserade vinstmedel inkl årets resultat	Summa	Minoritets-intresse	Totalt eget kapital
Ingående eget kapital 2007-01-01	199,1	217,1	-37,8	922,3	1 300,7	10,0	1 310,7
Årets omräkningsdifferenser	-	-	-47,6	-	-47,6	-	-47,6
Kassaflödessäkringar	-	-	-1,3	-	-1,3	-	-1,3
Kapitalandelsförändring i minoriteten	-	-	-	-	-	-0,1	-0,1
Summa förmögenhetsförändringar redovisade direkt mot eget kapital, exklusive transaktioner med bolagets ägare	0,0	0,0	-48,9	0,0	-48,9	-0,1	-49,0
Årets resultat	-	-	-	229,3	229,3	2,0	231,3
Summa förmögenhetsförändringar, exklusive transaktioner med bolagets ägare	0,0	0,0	0,0	229,3	229,3	2,0	231,3
Utdelningar	-	-	-	-66,3	-66,3	-	-66,3
Av personalen betald optionspremie	-	-	-	11,5	11,5	-	11,5
Utgående eget kapital 2007-12-31	199,1	217,1	-86,7	1 096,8	1 426,3	11,9	1 438,2
Accumulerad omräkningsdifferens i eget kapital						2007	2006
Accumulerad valutakursdifferens vid årets början						-32,6	21,1
Årets valutakursdifferens i utländska dotterbolag						-47,6	-53,7
Accumulerad omräkningsdifferens vid årets slut						-80,2	-32,6

Kassaflödesanalys för koncernen

1 januari - 31 december

MSEK	Not	2007	2006
Den löpande verksamheten			
Rörelseresultat före finansiella poster		405,8	344,8
Justering för poster som inte ingår i kassaflödet		60,5	41,8
Erhållen ränta		15,0	9,4
Erlagd ränta		-105,8	-63,9
Betald inkomstskatt		-116,2	-32,4
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapital		259,3	299,7
Kassaflöde från förändring i rörelsekapital			
Ökning av varulager		-119,0	-48,7
Ökning av rörelsefordringar		-26,5	-27,0
Minskning av rörelseskulder		-30,8	57,3
Kassaflöde från den löpande verksamheten		83,0	281,3
Investeringsverksamheten			
Förvärv av materiella anläggningstillgångar		-64,9	-41,9
Avyttring av materiella anläggningstillgångar		8,5	3,1
Avyttring av immateriella anläggningstillgångar		0	3,3
Förvärv av dotterbolag	26	-1 087,3	-6,4
Förvärv av finansiella tillgångar		-22,0	-7,4
Kassaflöde från investeringsverksamheten		-1 165,7	-49,3
Kassaflöde efter investeringsverksamheten		-1 082,7	232,0
Finansieringsverksamheten			
Nyemission		0	53,5
Av personalen betald optionspremie		11,5	0
Upptagna lån		1 136,3	0
Amorterade lån		0	-241,8
Utbetald utdelning till moderbolagets aktieägare		-66,3	-58,1
Kassaflöde från finansieringsverksamheten		1 081,5	-246,4
Årets kassaflöde		-1,2	-14,4
Likvida medel vid årets början		114,2	133,8
Valutakursdifferens i likvida medel		2,5	-5,2
Likvida medel vid årets slut		115,5	114,2
Likvida medel			
Kassa och bank		115,5	114,2

Ovanstående poster har klassificerats som likvida medel med utgångspunkt att:

- de utgör kassamedel
- de har en obetydlig risk för värdefluktuationer

Kommentarer till kassaflödesanalysen

Kassaflödet från den löpande verksamheten har minskat med MSEK -198,3 (378,7) främst beroende på initiala effekter från förvärvet av Cutter & Buck med lageruppbyggnad på nya marknader samt räntekostnader. Likvidpåverkande investeringar ökade med MSEK -1 116,4 (-170,9) beroende på förvärvet av Cutter & Buck. Totalt minskade kassaflödet efter investeringar till MSEK -1 082,7 (232,0).

Resultaträkning för moderbolaget

1 januari - 31 december

MSEK	Not	2007	2006
Nettoomsättning	3	87,0	83,4
Övriga rörelseintäkter	4	5,0	0
Rörelsens kostnader			
Handelsvaror		0	-1,1
Externa kostnader		-73,1	-57,3
Personalkostnader	6	-24,7	-17,1
Avskrivning av materiella och immateriella anläggningstillgångar	1	-3,1	-1,2
Övriga kostnader		-3,0	0
Rörelseresultat		-11,9	6,7
Resultat från andelar i koncernföretag		115,2	89,0
Finansiella intäkter		99,3	42,4
Finansiella kostnader		-121,1	-38,4
Finansnetto		93,4	93,0
Resultat före skatt		81,5	99,7
Bokslutsdispositioner	8	-5,0	-9,7
Skatt på årets resultat	9	10,4	-0,6
Årets resultat		86,9	89,4

Balansräkning för moderbolaget

Per den 31 december

MSEK	Not	2007	2006
TILLGÅNGAR			
Anläggningstillgångar			
Immateriella anläggningstillgångar	10	5,6	3,5
Materiella anläggningstillgångar	11	1,8	1,0
Finansiella anläggningstillgångar			
Andelar i koncernföretag	12	2 117,0	1 016,9
Andelar i intresseföretag	13	37,7	15,7
<i>Summa finansiella anläggningstillgångar</i>		2 154,7	1 032,6
Summa anläggningstillgångar		2 162,1	1 037,1
Omsättningstillgångar			
Kortfristiga fordringar			
Kundfordringar		0,2	0,6
Fordringar hos koncernföretag		833,5	977,6
Övriga fordringar		27,1	10,4
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	14	17,9	3,2
<i>Summa kortfristiga fordringar</i>		878,7	991,8
Kassa och bank		0	0,1
Summa omsättningstillgångar		878,7	991,9
SUMMA TILLGÅNGAR		3 040,8	2 029,0
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Eget kapital			
<i>Bundet eget kapital</i>			
Aktiekapital	16	199,1	199,1
Reservfond		249,4	249,4
		448,5	448,5
<i>Fritt eget kapital</i>			
Balanserad vinst		228,4	157,9
Överkursfond		48,0	48,0
Årets resultat		86,9	89,4
		363,3	295,3
Summa eget kapital		811,8	743,8
Obeskattade reserver	15	57,3	52,3
Långfristiga skulder			
Checkräkningskredit	17	1 610,9	903,5
Summa långfristiga skulder		1 610,9	903,5
Kortfristiga skulder			
Leverantörsskulder		27,7	8,5
Skulder till koncernföretag		520,3	277,7
Aktuell skatteskuld		0,6	7,4
Övriga skulder		0,7	29,9
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	18	11,5	5,9
Summa kortfristiga skulder		560,8	329,4
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		3 040,8	2 029,0
Ställda säkerheter och ansvarsförbindelser för moderbolaget			
Ställda säkerheter	22	8,2	8,2
Ansvarsförbindelser	23	291,8	223,0

Sammandrag avseende förändringar i moderbolagets eget kapital

1 januari - 31 december

MSEK	Aktiekapital	Reservfond	Balanserade vinstmedel	Överkursfond	Årets resultat	Totalt eget kapital
Ingående eget kapital 2006-01-01	193,6	249,4	173,5	0,0	10,1	626,6
			10,1		-10,1	
Koncernbidrag	-	-	32,4	-	-	32,4
Årets resultat	-	-	-	-	89,4	89,4
Summa förmögenhetsförändringar, exklusive transaktioner med bolagets ägare	0,0	0,0	32,4	0,0	89,4	121,8
Utdelningar	-	-	-58,1	-	-	-58,1
Nyemission	5,5	-	-	48,0	-	53,5
Utgående eget kapital 2006-12-31	199,1	249,4	157,9	48,0	89,4	743,8

Koncernbidrag 32,4 MSEK avser erhållet koncernbidrag om 45,0 MSEK med beräknad skatteeffekt på -12,6 MSEK.

MSEK	Aktiekapital	Reservfond	Balanserade vinstmedel	Överkursfond	Årets resultat	Totalt eget kapital
Ingående eget kapital 2007-01-01	199,1	249,4	157,9	48,0	89,4	743,8
			89,4		-89,4	
Koncernbidrag	-	-	47,4	-	-	47,4
Årets resultat	-	-	-	-	86,9	86,9
Summa förmögenhetsförändringar, exklusive transaktioner med bolagets ägare	0,0	0,0	47,4	0,0	86,9	134,3
Utdelningar	-	-	-66,3	-	-	-66,3
Utgående eget kapital 2007-12-31	199,1	249,4	228,4	48,0	86,9	811,8

Koncernbidrag 47,4 MSEK avser erhållet koncernbidrag om 65,8 MSEK med beräknad skatteeffekt på -18,4 MSEK.

Kassaflödesanalys för moderbolaget

1 januari - 31 december

MSEK	2007	2006
Den löpande verksamheten		
Rörelseresultat före finansiella poster	-11,9	6,7
Justering för poster som inte ingår i kassaflödet	0,4	3,5
Erhållen utdelning	115,2	112,2
Erhållen ränta	99,3	42,4
Erlagd ränta	-121,0	-38,4
Betald inkomstskatt	-14,7	-8,9
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapital	67,3	117,5
Kassaflöde från förändring i rörelsekapital		
Minskning/ökning av kortfristiga fordringar	113,1	-101,9
Ökning av kortfristiga skulder	238,3	186,1
Kassaflöde från den löpande verksamheten	418,7	201,7
Investeringsverksamheten		
Kapitaltillskott till dotterbolag	-8,8	-12,5
Koncernintern bolagsförsäljning	7,1	0
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-2,1	-0,6
Förvärv av immateriella anläggningstillgångar	-3,9	-0,1
Förvärv av dotterbolag	-1 118,2	-109,3
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-1 125,9	-122,5
Finansieringsverksamheten		
Nyemission	0	53,5
Upptagna lån	707,4	0
Amorterade lån	0	-121,9
Utbetald utdelning till moderbolagets aktieägare	-66,3	-58,1
Erhållna/lämnade koncernbidrag	65,8	45,1
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	706,9	-81,4
Årets kassaflöde	-0,3	-2,2
Likvida medel vid årets början	0,3	2,5
Likvida medel vid årets slut	0,0	0,3

NOT 1 REDOVISNINGSPRINCIPER

Redovisnings- och värderingsprinciper

Koncernredovisningen har upprättats i enlighet med International Financial Reporting Standards (IFRS) utgivna av International Accounting Standards Board (IASB) samt tolkningsuttalanden från International Financial Reporting Interpretations Committee (IFRIC) såsom de har godkänts av EG-kommissionen för tillämpning inom EU.

Koncernens bokslut innehåller tillkommande information i enlighet med Rådet för finansiell rapportering RFR1, kompletterande redovisningsregler för koncerner. Vid upprättandet av moderbolagets bokslut har RFR2, Redovisning för juridiska personer och årsredovisningslagen tillämpats.

Koncernredovisning

Koncernredovisningen omfattar moderbolaget New Wave Group AB och alla bolag i vilka New Wave Group AB direkt eller indirekt innehar mer än 50 procent av röstvärdet eller ensam utövar ett bestämmande inflytande. Koncernredovisningen är upprättad i enlighet med IFRS/IAS, vilket innebär att anskaffningsvärdet på aktier i dotterbolag elimineras mot eget kapital i respektive dotterbolag vid förvärvstillfället, inklusive beräknad andel av eget kapital i obeskattade reserver. För obeskattade reserver tillhöriga förvärvade bolag har uppskjuten skatteskuld upptagits bland långfristiga skulder enligt gällande procentsats i respektive land. Överstiger anskaffningsvärdet på aktierna det förvärvade bolagets nettotillgångar föreligger en koncernmässig goodwill. Metoden innebär att endast den del av eget kapital i dotterbolaget som skapats efter förvärvstidpunkten ingår i koncernens egna kapital. I koncernens resultaträkning ingår under räkenskapsåret förvärvade bolag från och med förvärvstidpunkten. Under året avyttrade bolag utesluts från och med räkenskapsårets början. Intressebolag redovisas enligt kapitalandelmetoden.

Nya och ändrade redovisningsprinciper

Redovisningsprinciper och beräkningsprinciper är oförändrade från de som tillämpats i årsredovisningen 2006. Nya IFRS-standarder under 2007 har inte haft någon påverkan på New Waves redovisning.

IFRS 7 Finansiella instrument: Upplýsingar

IFRS 7 tillämpas från 2007 men har inte några effekter på resultat- och balansräkningen utan innebär enbart kompletterande upplysningskrav avseende finansiella tillgångar och skulder.

Framtida ändringar av redovisningsprinciper

Nedan förtecknas de nya standarder och uttalanden som skall tillämpas för kalenderåret 2008 eller senare och som i dagsläget bedöms påverka koncernens finansiella rapporter. I nuläget bedöms ej dessa få en väsentlig påverkan på de finansiella rapporterna.

- IFRS 8 Rörelsesegment
- IFRIC 11 IFRS 2 Transaktioner med egna aktier, även koncerninterna

Minoritetsintresse

Minoritetsintresse i årets resultat och eget kapital baseras på dotterbolagets bokslut upprättade i enlighet med koncernens redovisningsprinciper. Minoritetens andel i dotterbolagets nettotillgångar redovisas i separat post i koncernens egna kapital. I koncernens resultaträkning ingår minoritetens andel i redovisat resultat.

Intressebolag

Som intressebolag betraktas de bolag som inte är dotterbolag men där moderbolaget direkt eller indirekt innehar minst 20% röstandel. Andelar i intressebolag redovisas enligt kapitalandelmetoden. I koncernens resultaträkning ingår andelar av resultatet i intressebolagen i resultatet före skatt. Anskaffningsvärdet för andelarna i intressebolag är inte högre än andelen av eget kapital varför någon goodwillpost ej redovisas. Andelen av intressebolagens underskottsavdrag, med anledning av redovisade förluster, ingår inte i koncernens redovisade uppskjutna skattefordran. I koncernens balansräkning redovisas innehavet i intressebolagen till anskaffningsvärde justerat för andel av resultatet efter förvärvstillfället.

Intäktsredovisning

Intäktsredovisning vid försäljning av varor görs i samband med leverans till kund i enlighet med försäljningsvillkoren. All försäljning redovisas med avdrag för mervärdeskatt, rabatter och returer. I koncernredovisningen elimineras koncernintern försäljning. Provisions-, royaltys- och licensintäkter redovisas som försäljningsintäkt i enlighet med den aktuella överenskommelsens ekonomiska innebörd. De uppgår inte till väsentliga belopp varför den inte särredovisas.

Internförsäljning

Prissättning vid leverans mellan koncernbolag sker enligt affärsmässiga grunder och därmed till marknadspriser. Interna resultat som uppkommer vid försäljning mellan koncernbolag har eliminerats i sin helhet.

Transaktioner till närstående

Inga transaktioner har skett till närstående utöver sedvanliga transaktioner med koncernföretag.

Immateriella anläggningstillgångar Goodwill

Goodwill utgörs av det belopp som anskaffningskostnaden överstiger det verkliga värdet med på de nettotillgångar koncernen förvärvat i samband med ett företagsförvärv eller inkråmsförvärv. Goodwill skrivs inte av, utan testas årligen för att identifiera eventuella nedskrivningsbehov. Goodwill redovisas till anskaffningsvärde minskat med ackumulerade nedskrivningar.

Varumärke

Varumärken redovisas till anskaffningsvärde efter eventuella ackumulerade avskrivningar och ackumulerade nedskrivningar. Varumärken som konstaterats ha en obestämbar nyttjandetid skrivs inte av utan testas årligen vad gäller nedskrivningsbehov på motsvarande sätt som för goodwill. Undantaget är mindre förvärv, 2003 och tidigare, vilka skrivs av linjärt med 5% årligen.

Immateriella och materiella anläggningstillgångar

Materiella och immateriella anläggningstillgångar förvärvade av koncernbolag redovisas till historisk anskaffningskostnad efter avdrag för ackumulerade avskrivningar och eventuella nedskrivningar. Utgifter för reparationer och underhåll kostnadsförs. Tillgångens anskaffningsvärde skrivs av linjärt under tillgångens förväntade nyttjandeperiod.

Datorer och programvaror	33%
Byggnader	2 - 4%
Övriga maskiner och inventarier	10 - 20%

Nedskrivningar

Vid nedskrivningsprövningen jämförs det redovisade värdet i balansräkningen med det beräknade återvinningsvärdet. Återvinningsvärdet på tillgången är det högsta av verkligt värde minus försäljningskostnader och nyttjandevärdet. I de fall en tillgångs eller kassagenererande enhets beräknade återvinningsvärde understiger det hittills redovisade värdet görs en nedskrivning till återvinningsvärdet. En nedskrivning belastar resultaträkningen.

Avsättning

En avsättning redovisas i balansräkningen när företaget har ett formellt eller informellt åtagande som en följd av en inträffad händelse och det är troligt att ett utflöde av resurser krävs för att reglera åtagandet och en tillförlitlig uppskattning av beloppet kan göras.

Fordringar

Fordringar har, efter individuell prövning, upptagits till det belopp varmed de beräknas inflyta.

Forskning och utveckling

Produktutveckling omfattar i huvudsak design och framtagning av nya kollektioner samt utveckling av nya produktvarianter inom ramen för befintligt sortiment. Utgifter för forskning och utveckling kostnadsförs löpande då produkter byts ut regelbundet och livslängden är svår att förutse.

Klassificering av finansiella instrument enligt IAS 39

Alla finansiella tillgångar och skulder klassificeras i följande kategorier:

- Finansiella tillgångar och skulder värderade till verkligt värde via resultaträkningen består av finansiella tillgångar och finansiella skulder som innehas för handel vilket innefattar New Waves alla derivat. Derivathandel bedrivs i huvudsak för att säkra koncernens valutarisker.
- Placeringar avsedda att behållas till förfall
Denna kategori innefattar finansiella tillgångar med fastställda eller fastställbara betalningar och fastställd löptid som New Wave har för avsikt och förmåga att hålla till förfall.
- Lånefordringar och kundfordringar
Dessa tillgångar har fastställda eller fastställbara betalningar. New Waves likvida medel, kundfordringar och lånefordringar ingår i denna kategori.

NOT 1 REDOVISNINGSPRINCIPER FORTS.

d) Finansiella tillgångar tillgängliga för försäljning

New Wave har inga finansiella instrument klassificerade i denna kategori.

e) Övriga finansiella skulder

Innefattar finansiella skulder som inte innehas för handel. New Waves leverantörsskulder samt upplåning ingår i denna kategori.

Finansiella instrument

Finansiella instrument som redovisas i balansräkningen inkluderar likvida medel, kundfordringar, leverantörsskulder, låneskulder samt derivat. Finansiella instrument värderas och redovisas i koncernen i enlighet med reglerna i IAS 39. Finansiella instrument redovisas initialt till anskaffningsvärde motsvarande instrumentets verkliga värde med tillägg för transaktionskostnader för fordringar och skulder värderade till upplupet anskaffningsvärde.

En finansiell tillgång eller finansiell skuld tas upp i balansräkningen när bolaget blir part till instrumentets avtalsmässiga villkor. Kundfordringar tas upp i balansräkningen när faktura har skickats. Skuld tas upp när motparten har presterat och avtalsenlig skyldighet föreligger att betala, även om faktura ännu ej mottagits. Leverantörsskuld tas upp när faktura mottagits. En finansiell tillgång tas bort från balansräkningen när rättigheterna i avtalet realiserar, förfaller eller bolaget förlorar kontrollen över dem. Detsamma gäller för del av en finansiell tillgång. En finansiell skuld tas bort från balansräkningen när förpliktelsen i avtalet fullgörs eller på annat sätt utsläcks. Detsamma gäller för del av en finansiell skuld.

Kundfordringar

Kundfordringar redovisas till det belopp som förväntas inflyta efter avdrag för osäkra fordringar som bedöms individuellt. Kundfordrans förväntade löptid är kort, varför värdet redovisas till nominellt belopp utan diskontering. Nedskrivning av kundfordringar redovisas i rörelsens kostnader. Årets nedskrivningar redovisas i not 19.

Leverantörsskulder

Leverantörsskulder värderas till anskaffningsvärde. Leverantörsskulder har kort förväntad löptid och värderas utan diskontering till nominellt belopp. Valutaderivaten redovisas baserat på handelsdag.

Likvida medel och låneskulder

Kortfristiga placeringar består av likvida bankmedel utan bindningstid och där bedöms marknadsvärdet överensstämma med bokfört värde. Låneskulder utgörs av skulder till kreditinstitut. Skulderna redovisas i balansräkningen till anskaffningsvärde på likviddagen med tillägg för upplupen ränta. Räntekostnader periodiseras och redovisas löpande i resultaträkningen. Valutaderivat ingås enbart i syfte att säkra kommersiella flöden. Derivaten utgörs av valutaterminkontrakt och valutaswappar. Valutakurseffekten hänförlig till derivaten resultatförs inom rörelseresultatet vid samma tidpunkt som när valutaeffekten på den underliggande säkrade transaktionen redovisas.

Varuinköp

Vid orderläggning införskaffas derivat för att säkerställa inleveransvärdet till lager. Derivaten värderas löpande och valutaeffekten redovisas som en justerpost mot eget kapital enl IAS 39.

Leasing

I koncernen förekommer endast operationell leasing och leasingavgifterna kostnadsförs därför jämnt över avtalsperioden. Tjänstebilar, kopieringsmaskiner mm redovisas av väsentlighetsskäl som operationell leasing.

Varulager

Varulagret utgörs av kläder, presentartiklar och accessoarer för vidareförsäljning. Varulager värderas med tillämpning av först-in-först-ut-principen till det lägsta av anskaffningsvärdet och nettoförsäljningsvärdet på balansdagen. Avdrag sker för internvinster som uppkommer vid leveranser mellan i koncernen ingående bolag.

I redovisat lagervärde har avdrag för inkurans skett enligt en för koncernen fastställd inkuransstrappa. Trappan innebär att utifrån den historiska redovisningen har fastställts gränser för hur stor nedskrivningen skall vara. Denna nedskrivningsregel kompletteras också med bedömning för enskilda artiklar.

Erhållna och lämnade koncernbidrag

Erhållna och lämnade koncernbidrag redovisas direkt mot eget kapital med beaktande av en beräknad skatteeffekt av 28%.

Skatt

Aktuell skatt

Koncernens inkomstskatter innefattar skatter på koncernbolagens redovisade vinster under redovisningsperioden samt justeringar avseende skatt för tidigare perioder, andel i intressebolagens skatt och förändringar av uppskjuten skatt. Dessa skatter har beräknats i enlighet med i varje land gällande skatteregler och redovisas som aktuell skatt.

Uppskjuten skatt

Uppskjuten skatt beräknas med utgångspunkt i temporära skillnader mellan redovisade och skattemässiga värden på tillgångar och skulder. Temporära skillnader avser huvudsakligen avskrivningar av tillgångar samt underskottsavdrag. Uppskjuten skattefordran avseende underskottsavdrag har beaktats endast i den utsträckning det är sannolikt att avdraget kan avräknas mot överskott vid framtida beskattning. Vid beräkning av den uppskjutna skatteskulden har skattesatsen för det land använts med beaktande av kända förändringar.

I moderbolagets bokslut redovisas, på grund av sambandet mellan redovisning och beskattning, den uppskjutna skatteskulden på obeskattade reserver som en del av de obeskattade reserverna.

Ersättning till anställda

Pensioner

Pensionsskulder beräknas i enlighet med IAS 19, Ersättningar till anställda. I koncernen finns framför allt avgiftsbestämda planer, men också enstaka förmånsbestämda planer. Avgiftsbestämda planer betalar företaget fastställda avgifter till en separat juridisk enhet och har inga förpliktelser att betala ytterligare avgifter. Koncernens resultat belastas för kostnader i takt med att förmånerna intjänas. I Sverige saknas uppgift från Alecta som underlag för värdering, varför bolaget redovisar pensionsåtaganden som en avgiftsbestämd plan i enlighet med UFR3, Klassificering av ITP-planer som finansieras genom försäkring i Alecta. Alectas konsolideringsgrad uppgick till 152 (143)% vid årets utgång. Den kollektiva konsolideringsnivån utgörs av skillnaden mellan tillgångarna och försäkringsåtagandena beräknade enligt Alectas försäkringstekniska beräkningsåtaganden vilka inte överensstämmer med IAS 19.

Rapportering av segment

New Wave har de två affärsområdena Profil och Detaljhandel som primära segment. Det är distributionskanalen och inte produkten eller den geografiska marknaden som är utgångspunkt. De sekundära segmenten är geografiska, då risker och avkastning skiljer sig mellan länderna.

NOT 2 RAPPORTERING AV SEGMENT

Primära segment - produktområden

MSEK	Nettoomsättning		Rörelseresultat, EBITDA		Tillgångar		Investeringar		Avskrivningar		Skulder	
	2007	2006	2007	2006	2007	2006	2007	2006	2007	2006	2007	2006
Koncernen	2 473	2 146	386	288	2 838	2 116	-688	-30	-32	-24	1 989	1 319
Profil	2 473	2 146	386	288	2 838	2 116	-688	-30	-32	-24	1 989	1 319
Detaljhandel	1 721	1 385	74	97	1 972	1 364	-478	-19	-22	-16	1 383	850
	4 194	3 531	460	385	4 810	3 480	-1 166	-49	-54	-40	3 372	2 169

Affärsområdena Profil och Detaljhandel är primära segment. Det är distributionskanalen och inte produkten eller den geografiska marknaden som är utgångspunkt. Många produkter är gemensamma för de båda segmenten med gemensamma varulager. Att kunna sälja samma produkter till de båda segmenten är en av koncernens stora synergier.

Detsamma gäller att flera kunder/återförsäljare är verksamma i de båda segmenten. Att de flesta företagen inom New Wave Group bedriver verksamhet inom båda segmenten, gör att tillgångar, investeringar och avskrivningar är fördelade efter omsättning. Nedan fördelas omsättning, tillgångar och investeringar på de sekundära segmenten som är geografiska. Ökningarna i USA avser det förvärvade bolaget Cutter & Buck.

Sekundära segment - geografiska områden

MSEK	Nettoomsättning		Tillgångar	Nettoinvesteringar		Skulder		
	2007	2006		2007	2006			
Norden	2 072	2 024	2 067	1 949	-51	-28	1 269	1 215
Mellan-Europa	891	833	894	835	-14	-12	549	521
Södra Europa	406	412	447	418	-8	-6	274	260
USA	689	167	1 272	174	-1 091	-2	1 200	108
Övriga länder	136	95	130	104	-3	-1	80	65
Summa	4 194	3 531	4 810	3 480	-1 166	-49	3 372	2 169

NOT 3 INKÖP OCH FÖRSÄLJNING MELLAN KONCERNFÖRETAG

Moderbolagets försäljning under verksamhetsåret 1 januari - 31 december 2007 uppgick till 87,0 (83,4) MSEK. Försäljningen till koncernbolag utgjorde 98 (99)%. Resultatet före bokslutsdispositioner och skatt var 81,5 (99,7) MSEK.

NOT 4 ÖVRIGA RÖRELSEINTÄKTER

MSEK	2007	2006
Koncernen		
Valutakursvinster	12,5	4,8
Realisationsvinster	8,5	0,0
Övriga bidrag och ersättningar	16,7	18,3
	37,7	23,1

MSEK	2007	2006
Moderbolag		
Valutakursvinster	5,0	0,0
	5,0	0,0

NOT 5 MEDELANTAL ANSTÄLLDA

Anställda	2007 Antal anställda	Varav män	2006 Antal anställda	Varav män
Moderbolag				
Hisings Kärra	42	23	33	17
Totalt moderbolaget	42	23	33	17
Dotterbolag i Sverige				
Borås	95	52	116	69
Hisings Kärra	30	19	29	20
Munkedal	94	59	90	58
Örrefors Kosta	599	384	695	468
Stockholm	73	49	74	48
Ulricehamn	109	60	105	55
Örebro	15	7	15	7
Totalt dotterbolag i Sverige	1 015	630	1 124	725
Dotterbolag i utlandet				
Bangladesh	50	46	25	4
Belgien	39	22	35	20
Danmark	160	81	170	81
England	0	0	19	11
Finland	34	21	32	21
Frankrike	20	11	21	12
Holland	201	128	202	121
Hong Kong	4	1	13	5
Irland	4	2	3	1
Italien	55	32	53	31
Japan	4	0	4	0
Kina	184	76	163	84
Norge	67	36	55	30
Polen	49	24	33	17
Ryssland	28	15	19	8
Schweiz	41	30	37	25
Spanien	44	27	43	26
Tyskland	50	28	56	24
USA	209	95	38	11
Vietnam	21	9	10	9
Wales	18	10	8	4
Österrike	11	8	11	9
Totalt dotterbolag utlandet	1 293	702	1 050	554
Koncernen totalt	2 350	1 355	2 207	1 296

Könsfördelning inom företagsledningen

Koncernen	Kvinnor 2007	Män 2007	Totalt 2007	Kvinnor 2006	Män 2006	Totalt 2006
Styrelsen	1	4	5	1	3	4
Koncernledningen	1	7	8	0	7	7
Totalt	2	11	13	1	10	11

Sjukfrånvaro Moderbolaget

Den totala sjukfrånvaron för perioden 1 januari - 31 december i moderbolaget uppgick till 0,7 (3,7)%; kvinnor 1,3 (7,6)%, män 0,3 (0,1)%.

NOT 6 LÖNER, ANDRA ERSÄTTNINGAR OCH SOCIALA KOSTNADER

MSEK	2007 Löner och andra ersättningar	Sociala kostnader	Varav pensions- kostnader	2006 Löner och andra ersättningar	Sociala kostnader	Varav pensions- kostnader
Moderbolaget	15,7	6,7	1,6	8,6	4,0	1,2
Dotterbolag i Sverige	187,5	59,4	10,0	150,1	59,9	9,1
Dotterbolag utomlands	314,7	48,7	8,2	210,4	38,0	5,9
Koncernen totalt	517,9	114,8	19,8	369,1	101,9	16,2

Av moderbolagets pensionskostnader avser 0,1 (0,6) MSEK gruppen styrelse och VD. Av koncernens pensionskostnader avser 1,9 (2,0) MSEK gruppen styrelse och VD.

NOT 6 LÖNER, ANDRA ERSÄTTNINGAR OCH SOCIALA KOSTNADER FORTS.

Löner och andra ersättningar fördelat per land och mellan styrelseledamöter m fl och anställda

MSEK	2007 Styrelse och VD	Varav tantiem o d *	Övriga anställda	2006 Styrelse och VD	Varav tantiem o d *	Övriga anställda
Moderbolaget	1,7	0	14,0	1,2	0	7,4
Dotterbolag i Sverige	11,8	0	177,9	10,8	0	140,4
Dotterbolag utomlands						
Belgien	1,3	0	16,9	1,2	0	15,2
Danmark	1,6	0,2	28,5	2,2	0,1	29,7
England	0	0	0	1,4	0	2,5
Finland	1,7	0	9,9	0,8	0	9,7
Frankrike	0,6	0,1	2,2	0,5	0	2,5
Holland	3,4	0	62,2	3,5	0	54,4
Irland	0,3	0	0,6	0,5	0	0,6
Italien	7,6	4,0	14,0	8,0	3,4	13,3
Kina	0	0	10,8	0	0	8,4
Norge	2,1	0	26,7	1,7	0	19,7
Polen	0	0	1,3	0	0	0
Ryssland	0,7	0	3,7	0,8	0	1,9
Schweiz	0,0	0	16,8	0,2	0	2,9
Spanien	0,6	0	5,9	0,9	0	6,0
Tyskland	1,5	0,6	15,2	1,4	0,5	15,0
USA	1,5	0	66,9	0	0	0
Wales	0,8	0	3,8	0,5	0	1,4
Österrike	0	0	3,4	0	0	2,5
Totalt dotterbolag utomlands	23,7	4,9	288,8	23,6	4,0	185,7
Koncernen totalt	37,2	4,9	480,7	35,6	4,0	333,5

* Tantiemen är resultatbaserad och avräknas årligen utan framtida åtaganden.

Styrelsearvode	2007	2006
Externa ledamöter i moderbolaget	0,5	0,4
Däruv till styrelsens ordförande	0,1	0,2
Arbetande styrelsens ordförande	0,5	0

Ersättningskommitté för moderbolagets styrelse har inte utsetts. Till styrelsens ordförande och ledamöter utgår arvode enligt bolagsstämmans beslut.

Anställningsvillkor för VD

Ersättning till verkställande direktören utgörs av fast lön. Inget styrelsearvode eller andra ersättningar såsom bonus utgår till verkställande direktören. Som pensionsförsäkring åt VD föreligger marknadsmässig avgiftsbestämd plan. För verkställande direktören gäller en ömsesidig uppsägningstid om 6 månader, inga avgångsvederlag.

Anställningsvillkor för andra ledande befattningshavare

Med andra ledande befattningshavare avses de 7 som tillsammans med verkställande direktören utgör koncernledningen. För koncernledningens sammansättning se näst sista sidan. Ersättning till andra ledande befattningshavare utgörs av fast lön samt i ett fall tantiem. Inget styrelsearvode utgår. För övriga ledande befattningshavare föreligger marknadsmässiga avgiftsbestämda pensionsavtal. För övriga ledande befattningshavare gäller en ömsesidig uppsägningstid mellan 3 - 6 månader och inga avgångsvederlag.

Beslutsprocess

Det finns ingen särskilt utsedd ersättningskommitté för hantering av löneläge, pensionsförmåner, incitamentsfrågor och andra anställningsvillkor för verkställande direktören och koncernens övriga ledande befattningshavare, utan behandlas av styrelsen i helhet. Ledande befattningshavares lön sätts av VD efter samråd med styrelsens ordförande. Styrelsens arvode beslutas av årsstämman.

MSEK	2007 Löner och andra ersättningar	Varav tantiem o d	Pensions- kostnad	2006 Löner och andra ersättningar	Varav tantiem o d	Pensions- kostnad
Verkställande direktören Göran Härstedt	0,6	0	0	0	0	0
Avgående VD, tillika tillträdande styrelsens ordförande Torsten Jansson	0,5	0	0,1	0,7	0	0,2
Styrelseledamot Maria Andark	0,1	0	0	0	0	0
Styrelseledamot Hans Johansson	0,1	0	0	0	0	0
Avgående styrelsens ordförande Håkan Thylén	0,1	0	0	0,2	0	0
Styrelseledamot Peter Nilsson	0,1	0	0	0	0	0
Styrelseledamot Mats Årjes	0,1	0	0	0	0	0
Andra ledande befattningshavare*	12,2	4,2	0,6	9,9	3,4	0,1
	13,8	4,2	0,7	10,8	3,4	0,3

*Personerna framgår av redovisning sid 72

NOT 6 LÖNER, ANDRA ERSÄTTNINGAR OCH SOCIALA KOSTNADER FORTS.

Teckningsoptioner	2007		2006	
	Antal med lösen 2008	med lösen 2010	Antal med lösen 2008	med lösen 2008
Styrelsens ordförande	91 000	100 000	91 000	
Övriga styrelseledamöter	0	0	0	
Verkställande direktören	50 000	100 000	50 000	
Andra ledande befattningshavare	90 000	225 000	90 000	
	231 000	425 000	231 000	

Optionsprogram med lösen 30 juni 2008:

Program som löper fr. o.m juni 2005 till och med 30 juni 2008 med ett lösenpris om 73,10 kr. Optionerna förvärvades till marknadspris vilket var 9,00 kr per styck.

Optionsprogram med lösen 30 juni 2010:

Program som löper fr. o.m juni 2007 till och med 30 juni 2010 med ett lösenpris om 102,50 kr. Optionerna förvärvades till marknadspris vilket var 7,00 kr per styck.

Aktiens slutkurs den 31 december var 67,50 kr.

Pensionsåtaganden

Inom koncernen finns förmånsbestämda pensionsförpliktelser i Sverige och dessutom ytterligare i några få fall till låga värden. Då den svenska förvaltaren Alecta ej kan redovisa ett underlag för beräkning av pensionskulder har ingen avsättning gjorts.

Alectas konsolideringsgrad uppgick 152 (143)% vid årets utgång. Den kollektiva konsolideringsnivån utgörs av skillnaden mellan tillgångarna och försäkringsåtagandena beräknade enligt Alectas försäkringstekniska beräkningsantaganden, vilka inte överensstämmer med IAS 19.

NOT 7 UTSLÄPPSRÄTTER

Värdet av utsläppsrätter utgör del av övriga fordringar.

Koncernen

MSEK	2007	2006
Värde vid årets början	1,2	2,3
Erhållna utsläppsrätter	0	0
Årets avräkning	-1,2	-1,1
Utgående planenligt restvärde	0,0	1,2

Utsläppsrätter

Bolagets utsläppsrätter har bedömts ha ett marknadsvärde om 0 MSEK.

NOT 8 BOKSLUTSDISPOSITIONER

Moderbolaget

MSEK	2007	2006
Skullnad mellan bokförda avskrivningar och avskrivningar enligt plan	0,9	-1,2
Periodiseringsfonder	-5,9	-8,5
	-5,0	-9,7

Ersättning till revisorer och revisionsbolag

MSEK	2007	2006
Koncernen		
<i>Revisionskostnad</i>		
Ernst & Young	4,9	3,0
KPMG	0	0,3
Övriga	1,1	0,8
<i>Konsultkostnad</i>		
Ernst & Young	1,0	1,0
KPMG	0	0
Övriga	0	0,1
Totalt	7,0	5,2

Moderbolag

MSEK	2007	2006
<i>Revisionskostnad</i>		
Ernst & Young	0,5	0,4
<i>Konsultkostnad</i>		
Ernst & Young	0	0
Totalt	0,5	0,4

NOT 9 SKATT PÅ ÅRETS RESULTAT

Koncernen

MSEK	2007	2006
Aktuell skatt	-88,8	-63,2
Skatt hänförlig till tidigare år	-1,9	8,1
Uppskjuten skatt	7,0	-8,0
Summa	-83,7	-63,1

Moderbolaget

MSEK	2007	2006
Aktuell skatt	-8,0	-13,2
Skatt avseende mottaget/lämnat koncernbidrag	18,4	12,6
Summa	10,4	-0,6

Förklaring till skillnaden mellan nominell svensk skattesats och effektiv skattesats enligt resultaträkningen:

Koncernen

Procent	2007	2006
Svensk inkomstskattesats	28,0	28,0
Skattemässigt förlustavdrag*	-2,1	-4,6
Effekt av utländska skattesatser	-0,4	1,0
Effekt ändrad skatt tidigare år	0,6	-2,8
Övrigt	0,5	0,2
Skattesats enligt resultaträkningen	26,6	21,8

*Andelsprocenten påverkas av temporära resultatmässiga underskott i utländska bolag för vilken en uppskjuten skattfordran ej uppbokats.

Moderbolaget

Procent	2007	2006
Svensk inkomstskattesats	28,0	28,0
Ej skattepliktiga utdelningar dotterbolag	-41,7	-27,7
Ej avdragsgilla kostnader	0,1	0,3
Skattesats enligt resultaträkningen	-13,6	0,6

NOT 10 IMMATERIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR

Koncernen

MSEK	Goodwill		Varumärken		Datorprogram	
	2007	2006	2007	2006	2007	2006
Ackumulerade anskaffningsvärden						
Ingående anskaffningsvärde	427,2	423,4	144,7	144,7	21,0	19,4
Anskaffningsvärde ingående i förvärv	415,2	3,3	252,3	0	52,5	1,6
Nyanskaffningar	0	5,2	0	0	6,8	0
Årets valutakursdifferenser	-26,1	-4,7	-16,3	0,0	0	0
Utgående ackumulerat anskaffningsvärde	816,3	427,2	380,7	144,7	80,3	21,0

Ackumulerade avskrivningar enligt plan

Ingående avskrivningar	-51,6	-51,6	-11,7	-10,4	-17,9	-15,3
Avskrivningar ingående i förvärv	0	0	0	0	-34,6	0
Årets avskrivningar	0	0	-1,3	-1,3	-7,6	-2,6
Utgående ackumulerade avskrivningar	-51,6	-51,6	-13,0	-11,7	-60,1	-17,9

Utgående bokfört värde	764,7	375,6	367,7	133,0	20,2	3,1
-------------------------------	--------------	--------------	--------------	--------------	-------------	------------

Samtliga varumärken är förvärvade.

Kvarvarande avskrivningstid	-	-	*	*	3 år	3 år
------------------------------------	---	---	---	---	------	------

* Varumärken med restvärde MSEK 7,5 (8,3) har en genomsnittlig kvarvarande avskrivningstid om 5,8 (6,4) år. Resterande andel prövas genom årlig impairment test.

Moderbolaget

MSEK	Goodwill		Varumärken		Datorprogram	
	2007	2006	2007	2006	2007	2006
Ackumulerade anskaffningsvärden						
Ingående anskaffningsvärde	-	-	8,1	8,1	4,3	4,3
Nyanskaffningar	-	-	0	0	4,4	0
Utgående ackumulerat anskaffningsvärde	0	0	8,1	8,1	8,7	4,3

Ackumulerade avskrivningar enligt plan

Ingående avskrivningar	-	-	-5,5	-5,1	-3,4	-2,9
Årets avskrivningar	-	-	-0,4	-0,4	-1,9	-0,5
Utgående ackumulerade avskrivningar	0	0	-5,9	-5,5	-5,3	-3,4

Utgående bokfört värde	0	0	2,2	2,6	3,4	0,9
-------------------------------	----------	----------	------------	------------	------------	------------

Prövning av nedskrivningsbehov

Goodwill

Varje år genomförs prövning av nedskrivningsbehov för goodwill. Goodwill fördelas på de kassagenererande enheterna Profil och Detaljhandel enligt följande:

Goodwill fördelat på kassagenererade enheter

MSEK	2007	2006
Profil	528,6	274,9
Detaljhandel	236,1	100,7
Summa	764,7	375,6

Fördelningen av goodwill mellan de båda segmenten har fastställts baserat på beräkning av nyttjandevärdet. Beräkningarna utgår från de strategiska planer som fastställts av koncernledningen i samband med förvärvet. Effekter av expansionsinvesteringar för att uppnå nämnd tillväxt exkluderas när nedskrivningsbehov för goodwill prövas. Beräkningen av återvinningsvärdet baseras på koncernens strategiplan för respektive segment. Förväntade framtida kassaflöden enligt dessa planer utgör grunden för beräkningen. Värdet omfattar förväntade framtida kassaflöden för den existerande verksamheten under kommande femårsperioden. Kassaflöden för tiden bortom 5 år har beräknats genom att en multipel applicerats på beräknat uthålligt kassaflöde. Vid nuvärdesberäkning av förväntade framtida kassaflöden används aktuell vägd kapitalkostnad (WACC) beräknad till 9% före skatt. Diskonterade kassaflöden jämförs med bokfört värde per kassaflödesgenererande enhet. Prövning av nedskrivningsbehov görs under fjärde kvartalet och 2007 års prövning har visat att det inte föreligger något nedskrivningsbehov.

De viktiga antagandena i femårsplanerna som använts för att skatta värden är följande:

Viktiga variabler / Metod för att skatta värden

Marknadsandel och tillväxt

Efterfrågan på dessa mogna produkter har historiskt följt konjunkturutvecklingen. Förväntad marknadsstillväxt baseras på en övergång från rådande konjunktursituation till den förväntade långsiktiga tillväxten. Aktuell marknadsandel har antagits för framtida perioder. Prognosen överensstämmer med tidigare erfarenheter och externa informationskällor.

Valutakurser

Valutakursprognoser baseras på aktuell noterad växelkurs. Hänsyn har tagits till existerande valutasäkringar.

Råvarupriser

Råvarupriserna (bomull, el, olja) har bedömts utifrån dagens prisnivå.

Personalkostnader

Prognosen för personalkostnader baseras på förväntad inflation, viss reallöneökning och planerade effektiviseringar. Prognosen överensstämmer med tidigare erfarenheter.

Företagsledningen bedömer att rimliga förändringar inte skulle ha så stora effekter att de var och en för sig skulle reducera återvinningsvärdet till ett värde som är lägre än det redovisade för respektive primärt segment.

NOT 10 IMMATERIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR FORTS.

Varumärken

Utöver goodwill finns i koncernen varumärken som bedöms ha en obestämbar nyttjandeperiod. Värdet på dessa förvärvade varumärken uppgår till 367,7 (133,0) MSEK, där merparten är hänförligt till förvärvet av Orrefors Kosta Boda-koncernen 110,0 samt Cutter & Buck 251,0 MSEK.

Fördelningen mellan goodwill och varumärke utgår från de strategiska planer som fastställts av koncernledningen i samband med förvärvet. Nyttjandeperioden bedöms vara obestämbar när det är fråga om strategiska varumärken som är väl etablerade inom sina respektive marknader och som koncernen har för avsikt att behålla och vidareutveckla. Samtliga varumärken har identifierats och värderats i samband med företagsförvärv. Prövning av nedskrivningsbehov görs under fjärde kvartalet enligt samma modell som för goodwill och 2007 års prövning har visat att det inte föreligger något nedskrivningsbehov.

Varumärken fördelat på kassagenererade enheter

MSEK	2007	2006
Profil	23,0	23,0
Detaljhandel	344,7	110,
Summa	367,7	133,0

NOT 11 MATERIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR

Koncernen	Byggnader och mark		Inventarier, verktyg och installationer	
	2007	2006	2007	2006
MSEK				
Akkumulerade anskaffningsvärden				
Ingående anskaffningsvärde	267,9	257,4	321,3	266,9
Anskaffningsvärde ingående i förvärv	9,0	0	98,6	0,1
Nyanskaffningar	11,6	10,5	72,0	68,6
Försäljning/utrangering	-18,0	0	-29,0	-14,3
Utgående ackumulerat anskaffningsvärde	270,5	267,9	462,9	321,3
Akkumulerade avskrivningar enligt plan				
Ingående avskrivningar	-49,4	-39,6	-194,9	-164,8
Försäljning/utrangering	11,0	0	29,0	14,3
Avskrivningar ingående i förvärv	-5,9	0	-80,8	0
Avskrivningar som andel i produktionskostnader/handelsvaror	-2,8	-2,6	-14,7	-15,4
Årets avskrivningar	-6,0	-7,2	-38,2	-29,0
Utgående ackumulerade avskrivningar	-53,1	-49,4	-299,6	-194,9
Utgående bokfört värde	217,4	218,5	163,3	126,4
Värdet av mark ingående i redovisningen ovan, uppgår till	15,7	23,8		
Bokfört värde svenska fastigheter	64,7	98,6		
Taxeringsvärden för svenska fastigheter				
Byggnader	47,5	63,1		
Mark	8,2	8,9		
Moderbolaget				
MSEK				
Akkumulerade anskaffningsvärden				
Ingående anskaffningsvärde	-	-	5,0	4,4
Nyanskaffningar	-	-	2,1	0,6
Utgående ackumulerat anskaffningsvärde	0,0	0,0	7,1	5,0
Akkumulerade avskrivningar enligt plan				
Ingående avskrivningar	-	-	-4,0	-3,7
Årets avskrivningar	-	-	-1,3	-0,3
Utgående ackumulerade avskrivningar	0,0	0,0	-5,3	-4,0
Utgående bokfört värde	0,0	0,0	1,8	1,0

NOT 11 MATERIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR FORTS.

Leasingavgifter avseende operationell leasing

Koncernen har operationella leasingavtal avseende hyra av lokaler och affärssystem. Det framtida åtagandet beträffande dessa avtal framgår av följande sammanställning:

	Koncernen 2007					Koncernen 2006			
	Lokaler	Affärs-system	Lokaler	Affärs-system		Lokaler	Affärs-system	Lokaler	Affärs-system
2008	96,9	4,4	6,5	4,4	2007	57,4	4,4	6,6	4,4
2009	90,7	4,4	6,5	4,4	2008	54,4	4,4	6,6	4,4
2010	80,4	4,4	6,1	4,4	2009	40,2	4,4	3,9	4,4
2011	63,2	4,4	6,1	4,4	2010	34,6	4,4	0	4,4
2012 inkl. kostnad t.o.m kontraktstidens slut	74,0	4,4	1,9	4,4	2011 inkl. kostnad t.o.m kontraktstidens slut	85,0	4,4	0	4,4
Årets kostnad för förhyrning uppgick till	96,1	4,4	4,4	4,4		67,9	4,4	6,0	4,4

NOT 12 ANDELAR I KONCERNFÖRETAG

	Kapitalandel,%	Rösträttsandel,%	Antal andelar	Bokfört värde		Kapitalandel,%	Rösträttsandel,%	Antal andelar	Bokfört värde
CJSC New Wave Group	51	51	-	399	New Wave Italia S.r.l	100	100	500 000	6 670
Craft of Scandinavia AB	100	100	50 000	5 000	New Wave Mode AB	100	100	100 000	8 871
Craft Sportswear Ltd	51	51	-	709	New Wave Profile Professional Ltd	100	100	1 000	1
Cutter & Buck Inc.	100	100	-	1 085 647	New Wave Sportswear A/S	100	100	9 000	1 022
Dahetra A/S	100	100	-	23 612	New Wave Sportswear BV	100	100	40	7 397
DJ Frantextil AB	100	100	30 000	46 104	New Wave Sportswear Ltd	100	100	500 000	10 193
EBAS Group BV ¹	100	100	5 100	27 010	New Wave Sportswear S.A.	100	100	1 000	14 597
Fastighetsbolaget YBY AB	100	100	1 000	1 922	NW Textile Garment Trader AB	100	100	50 000	500
Form & Design i Kosta AB	100	100	100	100	OKB Restaurang AB	100	100	10 000	10 000
Hefa AB ²	100	100	18 985	47 980	Orrefors Event AB	100	100	100	100
Intraco Holding BV ³	59	59	40 000	30 954	Orrefors Kosta Boda Holding AB ⁵	100	100	100 000	24 481
Jobman Workwear AB	100	100	10 000	163 327	OY Trexet Finland AB	100	100	600	1 412
Jobman Workwear Ltd	100	100	50 000	50 255	Pax Scandinavia AB	100	100	2 400	26 909
Kosta-Förlaget AB	80	80	400	1 136	Projob Workwear AB	100	100	1 015 684	492
Liyang Xinlang Clothing Produce Co Ltd	100	100	-	23 785	Sagaform Försäljnings AB ⁶	100	100	1 000	75 605
Make Your Own Design in Scandinavia AB	100	100	10 000	1 000	Sege Europe AB	100	100	10 000	34 599
New Wave Austria GmbH	100	100	-	8 360	Sege United AB	100	100	10 000	56 016
New Wave Danmark A/S	100	100	1	1 180	Textet AB	100	100	58 500	99 900
New Wave Far East Ltd	100	100	10 000	9	Textet Benelux BV	75	75	-	44 418
New Wave Footwear AB	100	100	1 000	3 438	Textet Deutschland GmbH	100	100	-	445
New Wave France SAS	100	100	100	11 269	Textet France SAS	96	96	47 798	10 364
New Wave Garments Ltd	100	100	-	14 813	Textet Poland Ltd	51	51	-	1 858
New Wave GmbH	100	100	-	11 224	Toppoint Nederland BV ⁷	100	100	13 614	84 834
New Wave Group Factory Shop AB	100	100	500	4 440	United Brands of Scandinavia Ltd, Ireland	100	100	-	1 036
New Wave Group Incentives AB	100	100	1 000	100	United Brands of Scandinavia Ltd, Wales	100	100	-	13 765
New Wave Group International Trading Ltd	100	100	-	1 545	X-Tend BV	100	100	100 000	15 673
New Wave Group SA ⁴	100	100	100	536	Summa				2 117 012

Forsätter i kolumnen till höger

¹ EBAS Group BV, Textet Benelux BV samt Textet France SAS och Textet Harvest Spain SL.

² Hefa AB äger bolagen GC Sportswear OY och Dressmart GmbH.

³ Intraco Holding BV äger Intraco Hong Kong Ltd, Intraco International Ltd, Intraco Shenzhen Ltd, Intraco Trading BV och 60% av DeskTop Ideas Ltd.

⁴ New Wave Group SA äger Craft Suisse SA och New Wave Group Licensing SA.

⁵ Orrefors Holding AB äger Orrefors Kosta Boda AB som äger Galleri Orrefors Kosta Boda, Glasma AB, Orrefors Kosta Boda Leasing AB, Orrefors Kosta Boda Inc och SEA Glasbruk AB.

⁶ Sagaform Försäljnings AB äger bolaget Sagaform AB som äger Sagaform APS, Sagaform GmbH (Tyskland och Österrike), Sagaform Oy, Sagaform Inc, Sagaform Ltd, Sagaform SAS och NGA Land AB

⁷ Toppoint Nederland BV äger bolaget Lensen Beheer BV som äger Breplast Kunststoffspritz GmbH, Lensen Toppoint BV, Merlinex Pen BV, Toppoint Deutschland GmbH, Topline Keramik BV, Totemco BV, Newpoint SP.z.oo. samt 80% av Toppoint Polska S.P.z.oo.

NOT 12 ANDELAR I KONCERNFÖRETAG FORTS.

Uppgifter om dotterföretagens organisationsnummer och säte	Organisationsnummer	Säte
Breplast Kunststoffspitz GmbH	HR B 553	Brensbach, Tyskland
CJSC New Wave Group	10 57 74 88 02 38 5	Moskva, Ryssland
Craft of Scandinavia AB	556529-1845	Borås
Craft Sportswear Ltd	5451215	London, England
Craft Suisse SA	CH-645-4097183-0	Cortailod, Schweiz
Cutter & Buck Inc.	206-830-6812	Seattle, USA
Dahetra A/S	37764728	Skanderborg, Danmark
Desk Top Ideas Ltd	718094721	Oxfordshire, England
DJ Frantextil AB	556190-4086	Borås
Dressmart GmbH	328/5857/0728	Menden, Tyskland
EBAS Group AB	17078626	Aarschot, Belgien
Fastighetsbolaget YBY AB	556473-4126	Borås
Form & Design i Kosta AB	556686-5811	Hovmantorp
Galleri Orrefors Kosta Boda	- - -	Tokyo, Japan
GC Sportswear OY	1772317-6	Esbo, Finland
Glasma AB	556085-8671	Emmaboda
Hefa AB	556485-2126	Hisinges Kärra
Hurricane Purchase A/S	16503770	Skanderborg, Danmark
Hurricane Textile Purchase Ltd	C-51537(1832)/2004	Dhaka, Bangladesh
Intraco Holding BV	34228913	Wormerveer, Holland
Intraco Hong Kong Ltd	33959038-000-10-03-3	Hong Kong
Intraco International Ltd	35134648-000-11-04-7	Hong Kong
Intraco Shenzhen Ltd	- - -	Shenzhen, Kina
Intraco Trading BV	35027019	Wormerveer, Holland
Jobman Workwear AB	556218-1783	Stockholm
Jobman Workwear Ltd	15891824-000-07-03-01	Hong Kong
Lensen Beheer BV	5023460	Bergentheim, Holland
Lensen Toppoint BV	5055988	Bergentheim, Holland
Liyang New Wave Clothing Production Ltd	4118	Shanghai, Kina
Make Your Own Design in Scandinavia AB	556372-1785	Borås
Merlinex Pen BV	33263967	Amsterdam, Holland
New Wave Austria GmbH	FN272531g	Eli, Österrike
New Wave Danmark A/S	19950700	Köpenhamn, Danmark
New Wave Far East Ltd	551901	Hong Kong
New Wave Footwear AB	556537-4971	Borås
New Wave France SAS	430 060 624 000 29 514C	Dardilly, Frankrike
New Wave Garments Ltd	755013846	Shanghai, Kina
New Wave GmbH	HRB10847	Oberaudorf, Tyskland
New Wave Group Factory Shop AB	556537-4971	Borås
New Wave Group Incentives AB	556544-8833	Borås
New Wave Group International Trading Ltd	74959455X	Shanghai, Kina
New Wave Group SA	CH-645-1009704-1	Cortailod, Schweiz
New Wave Italia S.r.l	1730/9310/45	Codogno, Italien
New Wave Licensing SA	CH-645-4099083-3	Cortailod, Schweiz
New Wave Mode AB	556312-5771	Dingle
New Wave Profile Professionals Ltd	893996	Hong Kong
New Wave Sportswear A/S	946506370	Sarpsborg, Norge
New Wave Sportswear BV	30159098	Mijdrecht, Holland
New Wave Sportswear Ltd	3817967	London, England
New Wave Sportswear S.A.	29963 166887 0190 B1	Barcelona, Spanien
Newpoint SPz.oo	270348	Zielona Góra, Polen
NGA Land AB	556495-5309	Borås
NW Textile Garment Trader AB	556601-9930	Borås
OKB Restaurang AB	556697-8804	Orrefors
Orrefors Event AB	556699-2565	Orrefors
Orrefors Kosta Boda AB	556037-0561	Orrefors
Orrefors Kosta Boda Holding AB	556519-1300	Orrefors
Orrefors Kosta Boda Inc	- - -	West Berlin, USA
Orrefors Kosta Boda Leasing AB	556374-8804	Orrefors

NOT 12 ANDELAR I KONCERNFÖRETAG FORTS.

OY Trexet Finland AB	534.545	Esbo, Finland
Pax Scandinavia AB	556253-8685	Örebro
ProJob Workwear AB	556560-7180	Borås
Sagaform AB	556402-4064	Borås
Sagaform APS	25818253	Karlebo, Danmark
Sagaform Försäljnings AB	556523-2179	Borås
Sagaform GmbH	47619	Frankfurt am Main, Tyskland
Sagaform GmbH	195299f	Salzburg, Österrike
Sagaform Inc	- - -	West Berlin, USA
Sagaform Ltd	4903053	London, England
Sagaform OY	1712321-8	Espoo, Finland
Sagaform SAS	48093654100014	Courbevoie Cedex, Frankrike
SEA Glasbruk AB	556066-8883	Kosta
Seger Europe AB	556244-8901	Gällstad
Seger United AB	556388-4005	Gällstad
Textet AB	556354-3015	Stockholm
Textet Benelux BV	BE 404.998.655	Aarschot, Belgien
Textet Deutschland GmbH	24/430/01304	Oberaudorf, Tyskland
Textet Franc SAS	305035693	Naterre Cedex, Frankrike
Textet Harvest Spain SL	A 78480696	Madrid, Spanien
Textet Poland Ltd	- - -	Poznan, Polen
Topline Keramik BV	8073764	Hoogeveen, Holland
Toppoint Deutschland GmbH	HR B 1986	Nordhorn, Tyskland
Toppoint Nederland BV	5061847	Hardenberg, Holland
Toppoint Polska SPZ.OO	220828	Zielona Góra, Polen
Totemco Bv	34057022	Amsterdam, Holland
United Brands of Scandinavia Ltd	403479	Dublin, Irland
United Brands of Scandinavia Ltd	5480650	Hirwaun, South Wales
X-Tend BV	8108654	Zwolle, Holland

NOT 13 FINANSIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR
Andelar i intresseföretag

Koncernen MSEK	Organisations- nummer	Säte	Kapital- andel, %	Rösträtts- andel, %	Antal andelar	2007 Bokfört värde	2006 Bokfört värde
Dingle Industrilokaler AB	556594-6570	Munkedal	49	49	83 055	7,7	7,9
Kosta Köpmanshus AB	556691-7042	Kosta	49	49	7 350	29,7	7,4
Pensionat Orrefors	556697-6790	Orrefors	49	49	49	0,0	0,0
Övriga			-	-	-	0,3	0,4
Summa			-	-	-	37,7	15,7

Bolagens egna kapital uppgick 2007-12-31 till:

MSEK	2007	2006	Intressebolagens bokförda anskaffningskostnad Moderbolaget	2007	2006
Dingle Industrilokaler AB	15,9	16,3	Dingle Industrilokaler AB	8,3	8,3
Kosta Köpmanshus AB	60,6	15,1	Kosta Köpmanshus AB	29,4	7,4
Pensionat Orrefors	-0,2	0,1	Pensionat Orrefors	0	0
				37,7	15,7

Andra långfristiga fordringar

Lån mot säkerhet	0,7	0,7
Depositioner	13,5	3,8
Övriga långfristiga fordringar	3,0	2,2
	17,2	6,7

NOT 13 FINANSIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR FORTS.

Uppskjutna skattefordringar och avsättningar för uppskjutna skatteskulder, koncern

Uppskjutna skattefordringar och skulder i koncernen hänförs till:

MSEK	Tillgångar	2007 Skulder	Tillgångar	2006 Skulder
Varulager samt omvärdering av tillgångar	88,9	-	51,5	-
Underskottsavdrag	42,9	-	31,9	-
Varumärken	-	144,1	-	31,4
Periodiseringsfonder och överavskrivningar	-	40,9	-	68,5
Uppskjutna skattefordringar/-skulder	131,8	185,0	83,4	99,9

Underskottsavdrag

Vid årets utgång hade koncernen totala skattemässiga underskottsavdrag på 198,5 (170,2) MSEK motsvarande uppskjuten skattefordran om 80,6 (57,0) MSEK. Av dessa har 42,9 (31,9) MSEK redovisats som fordran då det bedöms som sannolikt att skattemässiga överskott kommer att finnas i framtiden mot vilka dessa underskott kan avräknas.

Underskottsavdragen förfaller enligt följande:

2008	0,0
2009	0,0
2010	0,0
2011	0,0
2012	0,0
Obegränsad livslängd	42,9
Summa	42,9

Uppskjuten skatteskuld härrörande från periodiseringsfonder och överavskrivningar i Sverige förfaller enligt följande:

2008	8,9	
2009	7,8	
2010	6,0	
2011	4,8	
2012	5,3	
2013	2,4	
Obegränsad livslängd:	3,1	
Summa Sverige	38,3	
Övrigt utlandet	2008	2,6
Summa	40,9	

NOT 14 FÖRUTBETALDA KOSTNADER OCH UPPLUPNA INTÄKTER

Koncernen

MSEK	2007	2006
Försäkringar	6,4	2,5
Hyror	11,5	7,4
Leasing	10,1	2,1
Mässkostnader	5,9	7,1
Flerårigt reklamkontrakt	10,1	0
Varuleveranser	2,1	8,9
Royaltyintäkt	4,8	0
Ränta	0,0	1,4
Verktys- och modellkostnad	0,4	0,3
Datakostnader	0	0,7
Driftskostnader	1,9	0
Lönekostnader	1,7	0
Licensavgifter	5,9	0
Övriga poster	31,8	14,8
Summa	92,6	45,2

Moderbolaget

MSEK	2007	2006
Leasing	8,1	1,2
Kreditavgifter	0,8	1,2
Flerårigt reklamkontrakt	8,9	0
Övriga poster	0,1	0,8
Summa	17,9	3,2

NOT 15 OBESKATTADE RESERVER

MSEK

Moderbolaget	2007	2006
Skillnad mellan bokförda avskrivningar och avskrivningar enligt plan	2,2	3,1
Periodiseringsfond tax 03	9,6	9,6
Periodiseringsfond tax 04	7,0	7,0
Periodiseringsfond tax 05	3,5	3,5
Periodiseringsfond tax 06	13,3	13,3
Periodiseringsfond tax 07	15,8	15,8
Periodiseringsfond tax 08	5,9	-
Summa	57,3	52,3

Uppskjuten skatt i obeskattade reserver uppgår till 16,0 (14,6) MSEK.

NOT 16 EGET KAPITAL

Aktiekapitalets fördelning

Moderbolagets aktiekapital bestod den 31 december 2007 av följande antal aktier med ett kvotvärde uppgående till 3,00 kr per aktie

Andel i %					
Aktieslag	Antal aktier	Antal röster	Kapital	Röster	
A	10 röst	21 297 680	212 976 800	32,1	82,5
B	1 röst	45 045 863	45 045 863	67,9	17,5
		66 343 543	258 022 663	100,0	100,0

NOT 17 KREDITLIMIT

Koncernen

Beviljat belopp avseende lån och checkräkningskredit uppgår till 3 278 (2 400) MSEK.

Moderbolaget

Beviljat belopp avseende lån och checkräkningskredit uppgår till 3 237 (2 300) MSEK.

Bolagets checkräkningskredit är definierad som långfristig, då den är en del av koncernens 5-åriga kreditfacilitet om 3 237 MSEK, vilken har definierats som checkräkningskredit.

NOT 18 UPPLUPNA KOSTNADER OCH FÖRUTBETALDA INTÄKTER

Koncernen

MSEK	2007	2006
Förfakturerad intäkt	0	1,4
Löner och löneavgifter	99,7	73,9
Marknadskostnader	28,1	3,5
Provision	11,2	9,2
Revision	3,2	2,9
Ränta	8,4	3,0
Varuleveranser	10,4	12,7
El och hyra	8,8	0
Miljöreserv	12,1	12,1
Övriga poster	49,3	58,1
Summa	231,2	176,8

Moderbolaget

MSEK	2007	2006
Semesterlöneskuld	3,3	2,7
Sociala avgifter	0,5	0,8
Revision	0,1	0,1
Ränta	6,6	2,0
Övriga poster	1,1	0,3
Summa	11,5	5,9

NOT 19 FINANSIELLA INSTRUMENT OCH FINANSIELL RISKHANTERING

New Wave är, med den internationella verksamheten, löpande utsatt för olika finansiella risker. De finansiella riskerna är valutarisker, upplånings- och ränterisker, samt likviditets- och kreditrisker. För att minimera dessa riskers påverkan på resultatet har koncernen upprättat en finanspolicy. Målsättningen är att den centrala finansfunktionen ska utnyttja koncernens stordriftsfördelar samt bistå dotterbolagen med professionell service.

Tillgångar och skulder har klassificerats enligt följande:

- Finansiella tillgångar och skulder värderade till verkligt värde
- Placeringar avsedda att behållas till förfall
- Lånefordringar och kundfordringar
- Finansiella tillgångar tillgängliga för försäljning
- Övriga finansiella skulder

FINANSIERINGSRISK

New Wave har genom sin relativt kapitalintensiva verksamhet och expansiva tillväxtstrategi ett behov att trygga finansieringen. Det är väsentligt för ett tillväxtföretag som New Wave att det finns tillgänglig likviditet för att kunna finansiera framtida expansion, samt att flexibiliteten är hög när möjlighet till förvärv dyker upp. New Wave har en centraliserad finansiering innebärande att den externa upplåningen sker i så stor utsträckning som möjligt centralt. Det finns dock skulder i dotterbolag, såsom skulder i förvärvade bolag, checkkrediter eller lån där så har varit bästa lösningen. Vid årsskiftet hade koncernen 3 278 MSEK, exklusive remburs och valutaterminslimit, i bekräftade kreditramar varav 2 357 MSEK utnyttjades. Av de bekräftade kreditramarna avser 2 600 MSEK en 5-årig lånefacilitet som togs upp i april 2005. Det är inga säkerheter ställda för denna lånefacilitet (negative pledge), dock skall vissa nyckeltal uppfyllas, sk covenants. För att klara en stark tillväxt krävs också en sund balansräkning. New Wave har som målsättning att ha en soliditet som överstiger 30%.

Förfallostruktur på New Waves upplåning	2007	2006
2007	-	700
2008	678	-
2009	-	-
2010	2 600	1 700

RÄNTERISK

New Wave har kort räntebindning, vilket innebär att koncernens finansnetto har påverkas negativt av de under 2007 stigande korträntorna. Det är New Waves uppfattning att en kort räntebindning leder till lägre lånekostnad över tiden samtidigt som korta räntor följer konjunkturen och därmed motverkar svängningar

i koncernens resultat. Upplåningen var vid årsskiftet fördelad på följande valutor enl. nedanstående tabell. En successiv ökning av räntan över året med 1%-enhet påverkar resultatet negativt med cirka 11,8 MSEK beräknat på nettoskulden 31 december 2007. New Wave har inga räntebärande fordringar och därmed inga kort- eller långfristiga placeringar.

Upplåning per valuta	Nettoskuld MSEK
SEK	-2 119
EUR	-400
GBP	-57
USD	71
CHF	183
ÖVR	-34

VALUTAEXPONERING

New Wave har ca 61% av försäljningen och nästan samtliga inköp utomlands. Såväl koncernens resultat- som balansräkning påverkas av valutaförändringar. De risker som identifieras är transaktions- och omräkningsrisker.

TRANSAKTIONSEXPONERING - SÄKRINGSREDOVISNING

Koncernens viktigaste inköpsvaluta är US-dollar och till denna relaterade valutor. Förändringar av dollarkursen gentemot Euro och Svenska kronan utgör de enskilt största transaktionsexponeringarna inom koncernen. Inom affärsområde Profil är New Wave lagerhållare och order från återförsäljaren kommer inte förrän han/hon har fått en order från slutkunden. Det innebär att det inte finns någon större orderstock för framtida leveranser utan leveranser sker omgående. På grund av sortimentets karaktär, det vill säga att kontinuitet i kollektioner är önskvärd och där det främst handlar om basplagg, är risken för inkurans låg. Justering för förändrade inköpspriser görs kontinuerligt i och med att det är omgåendeförsäljning, varför valutarisken begränsas. I detaljhandeln sker till stor del försäljningen genom förhandsorders jämfört med profilmarknaden där leverans sker direkt mot order. Det innebär t ex att på våren lägger kunderna order för leverans till hösten. Cirka 70 - 75% av all försäljning inom detaljhandeln sker genom förhandsorders. I samband med ordern från kund lägger New Wave order mot fabrik, vilket avsevärt begränsar inkuransrisken. Resterande försäljning, så kallad kompletteringsförsäljning, är främst basvaror med begränsad moderisk. I syfte att begränsa valutarisken terminsäkras cirka 50 - 80% av inköpskostnaderna i detaljhandeln.

Marknadsvärdet för utestående terminskontrakt hade ett negativt värde om 1,2 MSEK vid årsskiftet (se tabellen).

NOT 19 FINANSIELLA INSTRUMENT OCH FINANSIELL RISKHANTERING FORTS.

Verkligt värde på finansiella instrument

Redovisat värde på räntebärande tillgångar och skulder i balansräkningen kan avvika från dess verkliga värde, bland annat som följd av förändringar i marknadsräntor. Verkligt värde har fastställts genom diskontering av framtida betalningsflöden till aktuell ränta och valutakurs för likvärdiga instrument.

För finansiella instrument som kundfordringar, leverantörsskulder och andra ej räntebärande finansiella tillgångar och skulder, vilka redovisas till upplupet anskaffningsvärde med avdrag för eventuell nedskrivning, bedöms det verkliga värdet överensstämma med det redovisade värdet.

Koncernens långfristiga upplåning sker huvudsakligen under kreditramar med långa kreditlöften, men med kort räntebindningstid. Det verkliga värdet bedöms därför överensstämma med det redovisade värdet.

Enda avvikelser till verkligt värde utgörs av valutaderivat knutna till varuinköpen, -1,2 MSEK.

Utestående transaktionssäkringar och värde 2007-12-31

Valuta	Säkrad volym 31/12-07 MSEK	Orealiserat resultat MSEK	Antal säkrade månader
EUR	14,6	0	< 6
USD	36,1	-0,9	< 6
USD	29,1	-0,3	6 > 12
NOK	-0,7		
CHF	-13,6		
SEK	-65,5		
		-1,2	

Ovanstående säkrad volym är uteslutande i valutaterminkontrakt och samtliga förfaller inom tolv månader från årsskiftet. Värdeförändring enligt ovan redovisas direkt mot eget kapital.

För 2007 påverkades koncernens försäljning vid konsolideringen till svenska kronor negativt med 10 MSEK. Detta gäller främst US-dollars försvagning. Förutom omräkning av försäljningsvalutorna till svenska kronor har också koncernens omsättning påverkats negativt av US-dollars depreciering mot de europeiska valutorna i och med att en prisanpassning har skett mot slutkund. Någon kvantifiering av denna effekt har ej gjorts.

Område	Valutapåverkan 2007	Valutapåverkan 2006
Norden	2,5	-4,7
Mellan-Europa	6,4	-9,4
Södra Europa	-4,1	-4,3
USA	-15,2	-2,9
Totalt	-10,4	-21,3

BALANSEXPONERING

Förutom den transaktionsexponering som beskrivs ovan, påverkas koncernen av valutarörelser genom de fordringar och skulder som löpande uppstår i utländska valutor. Huvuddelen av de risker som uppstår täcks antingen genom finansiering i respektive bolags valuta eller av terminssäkring.

EGET KAPITAL EXPONERING

New Wave Group tillämpar ingen säkringredovisning av eget kapital i andra valutor än konsolideringsvalutan, SEK.

OMRÄKNINGSEXPONERING

Dessutom påverkas koncernens resultat av så kallade omräkningseffekter. Dessa uppstår vid omräkning av utländska dotterbolags resultat till svenska kronor. Det betyder att om ett utländskt bolags resultat är oförändrat i lokal valuta kan det ändå öka eller minska när det räknas om till svenska kronor. Omräkningseffekter uppstår också på koncernens nettotillgångar vid konsolidering av de utländska bolagens balansräkning vilket har påverkats negativt med 51 MSEK för 2007. Någon kursräddning, s k equity hedging, för denna risk görs ej.

KREDITRISKER

Risken att koncernens kunder ej uppfyller sina åtaganden, dvs att New Wave ej får betalt för sina kundfordringar utgör en kreditrisk. New Wave har centralt utfärdat direktiv och utifrån dessa har varje bolag utarbetat skriftliga rutiner för kreditkontroll. Information från externa kreditupplysningsföretag är ett steg i

processen. Kreditrisken i profilmarknaden är lägre, eftersom återförsäljarna, som är New Waves kunder, köper på redan lagda order från slutkund. Återförsäljarna är relativt små och antalet stort. Bara i Sverige har New Wave över 2 000 kunder och inte hos någon enskild kund eller kundgrupp finns det någon betydande kundkreditrisk. New Wave har per årsskiftet försäkrat sina kundfordringar i de spanska och italienska bolagen. Under 2007 uppgick de konstaterade kundförlusterna inom Profil till 0,24% av omsättningen. Inom affärsområde Detaljhandel sker försäljningen till utvalda återförsäljare och kreditförlusterna är låga, dock är det högre koncentration till ett färre antal kunder jämfört med profilmarknaden. Under 2007 uppgick de konstaterade kundförlusterna inom affärsområde Detaljhandel till 0,24% av omsättningen.

Kundfinansiering	2007	2006
Exponering	898,6	753,6
Kreditriskreserv	15,6	8,4
Bokfört värde	883,0	745,2

En beskrivning av exponeringen av kreditrisk framgår av tabellen nedan:

Koncentration av kreditrisk

Per 31 december 2007	Antal kunder	Procent av totalt antal kunder	Procent av portföljen
Exponering < 1 MSEK	38 119	99,8	83,9
Exponering 1 - 5 MSEK	57	0,1	10,8
Exponering > 5 MSEK	4	0	5,3
Totalt	38 180	100,0	100,0

Åldersanalys

Förfallna	2007	2006
< 30 dagar	143,7	149,9
30 - 90 dagar	53,7	56,8
> 90 dagar	57,3	54,0
Totalt	254,7	260,7

Avsättning för osäkra kundfordringar har ändrats enligt följande:

Avsättning för osäkra fordringar	2007	2006
Avsättning vid årets början	8,4	6,7
Reservering för befarade förluster	7,2	8,4
Reservering via förvärv	10,1	0
Konstaterade förluster	-10,1	-6,7
Avsättning vid årets slut	15,6	8,4

FINANSIELLA KREDITRISKER

Samtlig likviditet som skapas i koncernen transporteras kontinuerligt genom olika pooling system till New Waves treasury-center och reducerar kreditvolymen. New Wave har inga kort- eller långfristiga placeringar.

ÖVRIGA RISKER

Inköpsmarknaden

New Waves inköp sker främst i Asien och Europa, varav cirka 39% i Kina och cirka 19% i Bangladesh. Vietnam, Indien och Thailand står för 4% vardera. Politiska och samhällsekonomiska förändringar i bland annat Kina och Bangladesh kan därför påverka New Wave. Genom att ha en god handlingsberedskap och inköp i flera olika länder i både Europa och Asien begränsar New Wave den ekonomiska risken som kan finnas om man endast gör inköpen från ett land.

Stark tillväxt

Den fortsatta expansionen som New Wave planerar innebär höga krav på ledning och personal. Felrekryteringar, organisatoriska problem, nyckelpersoner som slutar etc kan försena utvecklingen. Avgörande för expansionstakten är att resultatutvecklingen följer med i samma takt, vilket kan innebära en ojämn tillväxt. New Wave satsar resurser på bl a interna managementutbildningar, mentorskap och årliga managementmöten för att garantera framtida ledarskap och sprida New Waves värderingar.

NOT 19 FINANSIELLA INSTRUMENT OCH FINANSIELL RISKHANTERING FORTS.

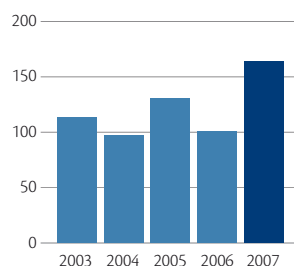
Modetrender - konjunktur

New Wave lägger ned betydande resurser på god design och kvalitet. Eftersom det sker snabba förändringar inom modebranschen kan bolaget ändå inte utesluta tillfälliga försäljningsnedgångar för vissa kollektioner. New Wave har dock begränsad risk, eftersom modegraden är lägre inom affärsområde Profil och affärsområde Detaljhandel fokuseras på mindre modekänsliga områden, såsom Crafts funktionella underkläder och Segers strumpor. New Waves målsättning är att 60–80% av omsättningen ska hållas inom affärsområde Profil.

Utlandsetableringar

Nya utlandsetableringar genomförs först när tidigare utlandsetableringar visar tillfredsställande resultat. Denna strategi bedömer styrelsen som en god avvägning mellan optimal tillväxt och reducerat risktagande. Enligt New Wave är det mycket svårt att exakt bedöma tidsplaner och budget för nya utlandsetableringar, vilket kan innebära en risk för initiala förluster. Styrelsen bedömer dock att bolaget är väl rustat för de etableringar som planeras.

Nettoskuldsättningsgrad 2003-2007



NOT 20 NETTOTILLGÅNGAR I UTLÄNDSK VALUTA

MSEK

Koncernen

Koncernens nettotillgångar i utländska valutor säkras i normalfallet inte.

Nettotillgångar	2007	2006
Euro, EUR	316,2	285,7
Schweiziska franc, CHF	130,4	213,7
US-dollar, USD	890,3	56,8
Norska kronor, NOK	60,3	44,6
Danska kronor, DKK	8,6	4,4
Kinesiska yuan, CNY	7,5	9,7
Polska zloty, PLN	4,7	0,9
HongKong-dollar, HKD	2,0	0
Brittiska pund, GBP	-1,0	11,1
Ryska rubel, RUB	-2,6	-3,0
Totala nettotillgångar i utländsk valuta	1 416,4	623,9

NOT 21 VALUTAEXPONERING I RÖRELSERESULTATET

MSEK

Koncernen

I tabellen visas valutaexponerade rörelseintäkter och rörelsekostnader per valuta.

Rörelseresultat	2007	2006
Euro, EUR	120,5	66,7
Schweiziska franc, CHF	115,5	97,0
US-dollar, USD	36,1	12,5
Norska kronor, NOK	47,0	32,8
Danska kronor, DKK	10,4	7,6
Kinesiska yuan, CNY	-9,6	-7,7
Polska zloty, PLN	2,8	0,2
HongKong-dollar, HKD	5,6	0,0
Brittiska pund, GBP	-6,7	-6,7
Ryska rubel, RUB	0,2	-2,8
Totala nettotillgångar i utländsk valuta	321,8	199,6

NOT 22 STÄLLDA SÄKERHETER SAMT FÖRFALLOTID SKULDER

MSEK

Koncernen

Skuld	Skuld per		Förfaller till betalning		Ställd säkerhet	Skuld per 31 dec 2005
	31 dec 2007	Inom ett år	Mellan ett till fem år	Senare än fem år		
Skuld till kreditinstitut	2 472,5	57,6	2 403,9	11,0	se nedan	1 430,6

Moderbolaget

Skuld	Skuld per		Förfaller till betalning		Ställd säkerhet	Skuld per 31 dec 2005
	31 dec 2007	Inom ett år	Mellan ett till fem år	Senare än fem år		
Skuld till kreditinstitut	1 610,9	-	1 610,9	-	se nedan	903,5

Koncernen

Ställda säkerheter avseende skulder till kreditinstitut och checkräkningskrediter

	2007	2006
Företagsinteckningar	0	0
Fastighetsinteckningar	77,4	109,4
Varulager och kundfordringar	144,0	142,9
Summa	221,4	252,3

Moderbolaget

Ställda säkerheter avseende skuld till kreditinstitut och checkräkningskredit

	2007	2006
Aktier i intressebolag	8,2	8,2
Summa	8,2	8,2

Övrigt angående ställda säkerheter

Koncernens huvudbanks engagemang baseras på överenskomna covenantsvillkor.

NOT 23 EVENTUALFÖRPLIKTELSE / ANSVARSFÖRBINDELSER

MSEK		
Koncernen	2007	2006
Borgen för intressebolag	7,9	7,9
Summa ansvarsförbindelser	7,9	7,9
Moderbolaget		
Borgen för dotterbolag	291,8	223,0

NOT 24 NETTOSKULD

MSEK		
Koncernen	2007	2006
Kassa och bank	-115,5	-114,2
Långfristiga räntebärande skulder	2 414,9	1 373,5
Kortfristiga räntebärande skulder	57,6	57,1
Summa	2 357,0	1 316,4
Effektiv räntesats utifrån redovisat räntenetto	4,3	3,6

NOT 25 VARULAGER

MSEK		
Koncernen	2007	2006
Råvarulager	80,1	71,4
Varor under tillverkning	28,5	22,6
Handelsvaror på lager	1 753,5	1 425,3
Summa	1 862,1	1 519,3

Varulagret utgörs av kläder, presentartiklar och accessoarer för vidareförsäljning. Varulager värderas med tillämpning av först-in-först-ut-principen till det lägsta av anskaffningsvärdet och nettoförsäljningsvärdet på balansdagen. Avdrag sker för internvinster som uppkommer vid leveranser mellan i koncernen ingående bolag. I redovisat lagervärde har avdrag för inkurans skett enligt en för koncernen fastställd inkuranstrappa. Trappan innebär att utifrån den historiska redovisningen har fastställt gränser för hur stor nedskrivningen skall vara. Denna nedskrivningsregel kompletteras också med bedömning för enskilda artiklar.

Inom Profil är inkuransrisken låg eftersom en stor del av sortimentet är tidlösa basprodukter som det finns behov av säsong efter säsong. Inom Detaljhandel läggs order till fabrik efter att inköpsorder erhållits från kund vilket avsevärt begränsar inkuransrisken. Resterande försäljning består främst av basvaror med begränsad moderisk.

Kostnadsförda utgifter avseende inkurans på handelsvaror uppgår till 5,7 (0,6) MSEK. Per den 31 December 2007 uppgår koncernens reserv för inkurans avseende handelsvaror till 85,0 (63,8) MSEK.

NOT 26 FÖRETAGSFÖRVÄRV

Den 8 juni 2007 förvärvades 100% av aktiekapitalet i det i USA-belägna företaget Cutter & Buck Inc. Bolaget var noterat på den amerikanska börsen NASDAQ och är en ledande aktör inom exklusiva golf- och sportkläder i USA. Cutter & Buck har ca 380 anställda och hade under sitt senaste officiella räkenskapsår (1 maj 2005 - 30 april 2006) en omsättning på 131 MUSD och ett nettoresultat om 6,3 MUSD.

Specifikation av förvärvade nettotillgångar och goodwill

Erlagd köpeskilling inklusive förvärvskostnader	1 085,6
Verkligt värde av förvärvade nettotillgångar	-682,7
Goodwill	402,9

Goodwillen är hänförlig till den höga lönsamheten i det förvärvade bolaget samt synergieffekter som förväntas uppstå på grund av förvärvet.

Specifikation av tillgångar och skulder i det förvärvade bolaget

	Verkligt värde	Bokfört värde i Cutter & Buck
Immateriella anläggningstillgångar	266,0	0
Materiella anläggningstillgångar	22,8	22,8
Varulager och rörelsefordringar	457,5	457,5
Likvida medel	171,3	171,3
Summa tillgångar	917,6	651,6
Övriga avsättningar och skulder	-234,9	-160,4
Summa förvärvade nettotillgångar	682,7	491,2
Kontantreglerad köpeskilling		-1 085,6
Likvida medel i förvärvat dotterbolag		171,3
Förändring av koncernens likvida medel		-914,3

I övrigt har koncernen under året förvärvat 51% av Textet Poland SPz.oo för 1,9 MSEK, motsvarande nettotillgångar om 2,1 MSEK.

Påverkan på kassaflödet

	2007	2006
Goodwill	-403,2	-4,9
Varumärken	-251,0	-
Kundrelationer	-15,0	-
Rörelsekapital	-223,7	-6,2
Anläggningstillgångar	-23,1	-0,1
Likvida medel	-171,3	-
Övertagna lån	-	4,8
Totalt	-1 087,3	-6,4

NOT 27 KRITISKA UPPSKATTNINGAR OCH BEDÖMNINGAR

Kritiska uppskattningar och bedömningar grundar sig oftast på historisk erfarenhet och på framtida förväntade händelser. De antaganden och uppskattningar som bedöms ha störst inverkan på resultat, tillgångar och skulder är värdering av varumärken, goodwill och skatter. Värdet av dessa tillgångar och skulder uppskattas varje balansdag. Återvinningsvärdet för tillgångsposterna fastställs genom beräkning av nyttjandevärdet och sker en gång om året eller vid befarat nedskrivningsbehov.

Övriga redovisningsmässiga uppskattningar är bl a osäkra fordringar, inkurans i varulager, verkligt värde på finansiella instrument, nyttjandeperiod för eller förväntad förbrukning av avskrivningsbara tillgångar.

Revisionsberättelse

Till årsstämman i New Wave Group AB (publ)
Org.nr 556350-0916

Vi har granskat årsredovisningen, koncernredovisningen och bokföringen samt styrelsens och verkställande direktörens förvaltning i New Wave Group AB (publ) för räkenskapsåret 2007. Bolagets årsredovisning och koncernredovisning ingår i den tryckta versionen av detta dokument på sidorna 36-63. Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för räkenskapshandlingarna och förvaltningen och för att årsredovisningslagen tillämpas vid upprättandet av årsredovisningen samt för att internationella redovisningsstandarder IFRS sådana de antagits av EU och årsredovisningslagen tillämpas vid upprättandet av koncernredovisningen. Vårt ansvar är att uttala oss om årsredovisningen, koncernredovisningen och förvaltningen på grundval av vår revision.

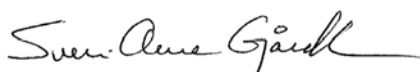
Revisionen har utförts i enlighet med god revisionssed i Sverige. Det innebär att vi planerat och genomfört revisionen för att med hög men inte absolut säkerhet försäkra oss om att årsredovisningen och koncernredovisningen inte innehåller väsentliga felaktigheter. En revision innefattar att granska ett 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 de betydelsefulla uppskattningar som styrelsen och verkställande direktören gjort när de upprättat årsredovisningen och koncernredovisningen samt att utvärdera den samlade informationen i årsredovisningen och koncernredovisningen. Som underlag för vårt uttalande om ansvarsfrihet har vi granskat väsentliga beslut, åtgärder och förhållanden i bolaget för att kunna bedöma om någon styrelseledamot eller verkställande direktören är ersättningskyldig mot bolaget. Vi har även granskat om någon styrelseledamot eller verkställande direktören på annat sätt har handlat i strid med aktiebolagslagen, årsredovisningslagen eller bolagsordningen. Vi anser att vår revision ger oss rimlig grund för våra uttalanden nedan.

Årsredovisningen har upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och ger en rättvisande bild av bolagets resultat och ställning i enlighet med god redovisningssed i Sverige. Koncernredovisningen har upprättats i enlighet med internationella redovisningsstandarder IFRS sådana de antagits av EU och årsredovisningslagen och ger en rättvisande bild av koncernens resultat och ställning. Förvaltningsberättelsen är förenlig med årsredovisningens och koncernredovisningens övriga delar.


Vi tillstyrker att årsstämman 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.

Göteborg den 20 februari 2008

Ernst & Young AB



Sven-Arne Gårdh
Auktoriserad revisor



Bjarne Fredriksson
Auktoriserad revisor



Sedan 2005 har Anja Pärson utvecklat mössor och strumpor tillsammans med Seger.

Våra varumärken



Med sin kombination av mode och funktion passar CBUKs kläder dagens golfare med ett modernt sätt att se på en traditionell sport.

www.cbuk.com



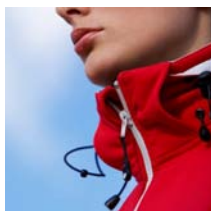
Lättburna basplagg i ett brett färgspektrum utformade för detaljhandeln.

www.newwave.se



Exklusiva klassiska golfkläder av allra högsta kvalitet för fackhandeln och profilmärknaden.

www.cutterbuck.com



Sportiga och funktionella profilkkläder med rena linjer och klassiska färger inspirerade av ett starkt seglingsintresse, en avslappnad livsstil och extrema yttre förhållanden.

www.dad-sportswear.com



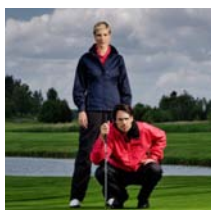
Eastons högkvalitativa hockeyutrustning används av mer än en tredjedel av NHLs hockeyproffs.

www.eastonhockey.com



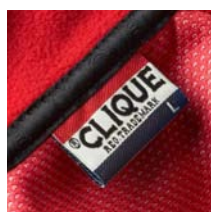
Enkla profilplagg med praktiska detaljer som finns i många färger och storlekar lämpade för tillfällen då du behöver stora volymer till låga priser.

www.hefa.se



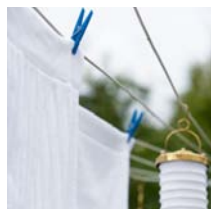
Funktionsmaterial kombinerat med genomtänkt design – oavsett väder är målsättningen att du håller stilen och profilen även efter artonde hålet.

www.james-harvest.com



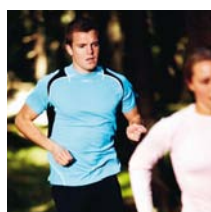
Profilplagg av god kvalitet till ett rimligt pris som finns i en mängd modeller, storlekar och färger anpassade för tryck och brodyr.

www.newwave.se



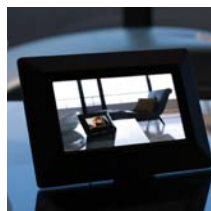
Kvalitetskoncept för frottéprodukter, fleeceprodukter och morgonrockar.

www.hefa.se



Funktionella och högkvalitativa tränings- och tävlingskläder för elitidrottare och motionärer skapade med förståelse för och kärlek till idrotten.

www.craft.se



Nytänkande elektronikprylar med maximal marknadsföringspotential.

www.d-viceinfo



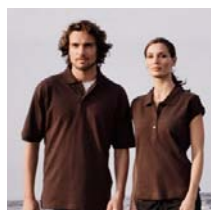
Världsledande leverantör av förstklassig innebandyutrustning.

www.exelsports.net



Ett av marknadens bredaste sortiment av moderiktiga och sportiga profilplagg och väskor för alla tillfällen.

www.grizzlycollection.com



Bekväma, sportiga och slitstarka profilplagg av högsta kvalitet där de små detaljerna gör hela skillnaden.

www.james-harvest.com



Profilkläder med optimal komfort och lång hållbarhet där stor vikt läggs vid bra material då det är avgörande för bra tryck.

www.hurricane.dk



Basplagg för profilmärknaden med stort användningsområde och bred målgrupp i klassiska modeller och färger.

www.macone.nu



Konstglas från Sveriges äldsta glasbruk där passion möter design i färgstarkt, särpräglat och kraftfullt konstglas.

www.kostaboda.com



Exklusiva köksprodukter med gamla traditioner och material i modern skandinavisk design.

www.kloj.se



Lyxiga hemtextilier av bästa kvalitet för bädd och bad.

www.djfrantextil.se



En bred och väl sammansatt kollektion med något för alla smaker och situationer där textila budbärare har en funktion att fylla.

www.macone.nu



Världsledande varumärke för alpin skidutrustning, idag en del av italienska Tecnica Group.

www.nordica.com



Inspirerande profilgåvor av bra kvalitet för din bästa tid – fritiden.

www.insideout-org.com



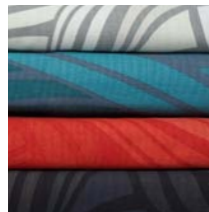
Ledande leverantör på den svenska marknaden av prisvärda, moderna och funktionella yrkeskläder i egen design.

www.jobman.se



Böcker om det som tillhör livets goda, form och design, och det dukade bordets fröjder.

www.kostaforlag.se



Moderna textila inredningsprodukter för den design- och kvalitetsmedvetne.

www.kloj.se



Högklassiga golfbollar för bästa precision.



Bekväma profilkläder av det lite mer affärsmässiga slaget som känns exklusiva och håller hög kvalitet.

www.newwave.se



Konst- och bruksglas i tidlös, stilren och klassisk design av kända formgivare och skickliga hantverkare.

www.orrefors.com



Praktiska och roliga barnskor för alla väder gjorda för att barn ska gilla dem.
www.paxscandinavia.se



Ergonomiska och funktionella yrkeskläder av hög kvalitet framtagna av människor med stor erfarenhet från yrken som kräver hårda tag.
www.projob.se



Pionjären i inlinesvärlden med produkter för professionella idrottsmän, våghalsar och fritidsmotionärer.
www.rollerblade.se



Funktionellt och prisvärt prydnadsglas med spännande form.
www.seaglasbruk.se



Klassiska och fotriktiga damskor.
www.paxscandinavia.se



Prisvärda profilplagg som håller vad de lovar, lämpade för aktiviteter som kräver stora volymer.
www.newwave.se



Internationellt etablerat varumärke i fotbollsvärlden som används av såväl proffs som fritidsutövare.
www.umbro.se



Profilkläder i enkel och ren design där detaljer väljs bort till förmån för priset. Optimalt för kampanjer som kräver stora volymer.
www.printeractivewear.com



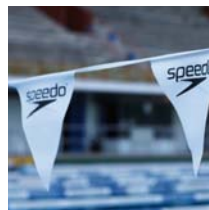
Lätta och luftiga hemtextilier och tillbehör för kök, strand och grill av bra kvalitet till rätt pris.
www.djfrantextil.se



Lustfyllda och innovativa gåvor som utvecklats av ledande formgivare för köket och det dukade bordet.
www.sagaform.com



Tekniskt stickade mössor och strumpor i funktionella material och innovativ design som sedan länge varit det självklara valet för Sveriges alpina landslag.
www.seger.se



Sedan 20-talet har australiensiska Speedo utvecklat tävlingsdräkter för elitsimmare. Tillsammans med modedesigners skapar de också bad- och strandkläder för fritidsbruk.
www.speedo.com



Ett brett spektrum av klassiska giveaways, såsom pennor, muggar, nyckelringar och kassar.
www.toppoint.se



USB-minnen och mediaspelare i alla tänkbara färger och former för att marknadsföra ditt varumärke.
www.usb-premiums.com



**Clique är ett av Europas bäst
säljande profilvarumärken.**

Adresser

BREPLAST KUNSTSTOFFSPRITZ-GUSS GMBH

Beuneberg 7
64395 Brensbach
GERMANY
Telefon: +49 6161 1650
Fax: +49 6161 2030

CJSC NEW WAVE GROUP

4th Syromyatnichesky side street, 1/2
105120 Moscow
RUSSIA
Telefon: +7 495 7440846
Fax: +7 495 9163084

CRAFT OF SCANDINAVIA AB

Evedalsgatan 5
Box 1774
501 17 Borås
SWEDEN
Telefon: +46 33 225800
Fax: +46 33 225839

CRAFT SUISSE S.A.

Chemin Des Polonais 3
2016 Cortaillod
SWITZERLAND
Telefon: +41 32 8433252
Fax: +41 32 8433262

CUTTER & BUCK INC.

701 N. 34th Street, Sutie 400
Seattle, WA 98103
USA
Telefon: +1 800 7137810
Fax: +1 206 4480589

CYBERWAVE (4YourLogo)

Orrekulla Industrigata 61
425 36 Hisings Kärra
SWEDEN
Telefon: +46 31 7128900
Fax: +46 31 7128999

DAHETRA A/S

Niels Bohrs Vej 21
8660 Skanderborg
DENMARK
Telefon: +45 86 572800
Fax: +45 86 572840

DJ FRANTEXTIL AB

Åkarevägen 18
450 52 Dingle
SWEDEN
Telefon: +46 524 28370
Fax: +46 524 28379

DESKTOP IDEAS LTD.

Bridge House
Thame
Oxfordshire
OX9 3UH
UNITED KINGDOM
Telefon: +44 870 2407624
Fax: +44 870 2407625

DRESSMART GMBH

Robert Bosch Strasse 1
591 99 Bönen
GERMANY
Telefon: +49 2383 921810
Fax: +49 2383 921829

FORM & DESIGN I KOSTA AB

Storgatan 85
360 51 Hovmantorp
SWEDEN
Telefon: +46 478 47540
Fax: +46 478 47541

GALLERI ORREFORS KOSTA BODA JAPAN

Akasaka Tameike Tower
2-17-7 Akasaka, Minto-Ku
Tokyo 107-0052
Telefon: +81 3 54197835
Fax: +81 3 54190570

GC SPORTSWEAR OY

Kornetintie 6A
00380 Helsinki
FINLAND
Telefon: +358 9 86346700
Fax: +358 9 86346711

GLASMA AB

Långgatan 22
361 31 Emmaboda
SWEDEN
Telefon: +46 471 48150
Fax: +46 471 33391

HEFA AB

Orrekulla Industrigata 61
425 36 Hisings Kärra
SWEDEN
Telefon: +46 31 7125600
Fax: +46 31 7125699

INTRACO HOLDING B.V.

Noorddijk 88
1521 PD Wormerveer
THE NETHERLANDS
Telefon: +31 75 6475420
Fax: +31 75 6475439

INTRACO HONG KONG LTD.

4203 China Resources Building
26 Harbour Road
Wanchai
HONG KONG
Telefon: +852 2802 9932
Fax: +852 2802 9939

INTRACO INTERNATIONAL LTD.

4203 China Resources Building
26 Harbour Road
Wanchai
HONG KONG
Telefon: +852 2802 9932
Fax: +852 2802 9939

INTRACO SHENZHEN LTD.

4th Floor, Block C.D. F3.8
Building Tianjing, Tianán Cyber Park
Futian District
518041 Shenzhen
CHINA
Telefon: +86 755 83898388
Fax: +86 755 83428343

INTRACO TRADING B.V.

Noorddijk 88
1521 PD Wormerveer
THE NETHERLANDS
Telefon: +31 75 6475420
Fax: +31 75 6475439

JOBMAN WORKWEAR AB

Jupitervägen 2
194 02 Upplands Väsby
SWEDEN
Telefon: +46 8 6302900
Fax: +46 8 7320014

KOSTA FÖRLAG AB

Stora vägen 96
360 52 Kosta
SWEDEN
Telefon: +46 478 34520
Fax: +46 478 50585

LENSEN TOPPOINT B.V.

Stationsweg 14A
7691 Bergentheim
THE NETHERLANDS
Telefon: +31 523 238238
Fax: +31 523 283200

NEW WAVE AUSTRIA GMBH

Mühlgraben 43D
6343 Erl
AUSTRIA
Telefon: +43 5373 200600
Fax: +43 5373 2006010

NEW WAVE DENMARK A/S

Banemarksvej 50
2605 Brøndby
DENMARK
Telefon: +45 43 437100
Fax: +45 43 437105

NEW WAVE FAR EAST LTD.

Suite 902, 9th Floor,
Parkes Commercial Center
2-8 Parkes Street
Tsimshatsui, Kowloon
HONG KONG

NEW WAVE FRANCE S.A.S.

7 Rue Jean Perrin
69680 Chassieu
FRANCE
Telefon: +33 4 78 663158
Fax: +33 4 72 523925

NEW WAVE GARMENTS LTD.

4th Floor, Building E
1978 Lian Huan Road
Ming Hang, Shanghai 201103
CHINA
Telefon: +86 21 61458828
Fax: +86 21 64012695

NEW WAVE GERMANY GMBH

Geigelsteinstrasse 10
83080 Oberaudorf
GERMANY
Telefon: +49 80 339790
Fax: +49 80 33979100

NEW WAVE GROUP DHAKA OFFICE

House 51, Road 9, Block F
Banani, Dhaka 1213
BANGLADESH
Telefon: +880 2 9870910
Fax: +880 2 8813848

NEW WAVE GROUP FACTORY SHOP AB

Alberts väg 9
520 10 Gällstad
SWEDEN
Telefon: +46 321 26040
Fax: +46 321 26049

NEW WAVE GROUP S.A.

Chemin des Polonais 3
2016 Cortaillod
SWITZERLAND
Telefon: +41 32 8433232
Fax: +41 32 8433233

NEW WAVE GROUP VIETNAM OFFICE

L3 Dien Bien Phu Street
Ward 25, Dist. Binh Thanh
Ho Chi Minh City
VIETNAM
Telefon: +84 8 5121088
Fax: +84 8 5124423

NEW WAVE INTERNATIONAL TRADING LTD.

4th Floor, Building E
1978 Lian Huan Road
Ming Hang, Shanghai 201103
CHINA
Telefon: +86 21 61458828
Fax: +86 21 64012695

NEW WAVE ITALY S.R.L.

Via Togliatti 28
z.i. Mirandolina
26845 Codogno (LO)
ITALY
Telefon: +39 377 316011
Fax: +39 377 316065

NEW WAVE MODE AB

Åkarevägen 18
450 52 Dingle
SWEDEN
Telefon: +46 524 28300
Fax: +46 524 28310

NEW WAVE SPORTSWEAR A/S

Bjørnstadmyra 4
1712 Grålum
NORWAY
Telefon: +47 69 143700
Fax: +47 69 143755

NEW WAVE SPORTSWEAR B.V.

Constructieweg 7
3641 SB Mijdrecht
THE NETHERLANDS
Telefon: +31 297 231670
Fax: +31 297 231680

NEW WAVE SPORTSWEAR S.A.

C/ Mallorca, 1
Poligoni Industrial Sud-Oest
08192 St. Quirze del Vallés
Barcelona
SPAIN
Telefon: +34 93 721995
Fax: +34 902 190195

NEWPOINT SP.ZO.O.

Ul. Zimna
65707 Zielona Gora
POLAND
Telefon: +48 68 4519929

OKB HOTELL & RESTAURANG AB

380 40 Orrefors
SWEDEN

ORREFORS KOSTA BODA AB

380 40 Orrefors
SWEDEN
Telefon: +46 481 340 00
Fax: +46 481 303 71

ORREFORS KOSTA BODA INC.

140 Bradford Drive
West Berlin
NJ 08091-9268
USA
Telefon: +1 856 7685400
Fax: +1 800 4487553

OY TREXET FINLAND AB

Juvan Teollisuuskatu 12
02920 Espoo
FINLAND
Telefon: +358 9 5259580
Fax: +358 9 52595857

PAX SCANDINAVIA AB

Skomaskingsgatan 6
701 46 Örebro
SWEDEN
Telefon: +46 19 209200
Fax: +46 19 209220

PROJOB WORKWEAR AB

Kallkärrsvägen 19
450 52 Dingle
SWEDEN
Telefon: +46 524 17690
Fax: +46 524 17695

SAGAFORM AB

Trandaredsgatan 200
507 52 Borås
SWEDEN
Telefon: +46 33 233800
Fax: +46 33 233823

SAGAFORM INC.

140 Bradford Drive
West Berlin, NJ 08091
USA
Telefon: +1 856 6261340
Fax: +1 856 6261342

SAGAFORM OY

Juvan Teollisuuskatu 12
02920 Espoo
FINLAND
Telefon: +358 9 8634660
Fax: +358 9 86346610

SAGAFORM S.A.S.

52-54 Rue du Capitaine Guynemer
La Defense 6
92400 Courbevoie Cedex
FRANCE
Telefon: +33 1 56 370610
Fax: +33 1 56 370611

SEA GLASBRUK AB

360 52 Kosta
SWEDEN
Telefon: +46 478 50310
Fax: +46 478 50176

SEGER EUROPE AB

520 10 Gällstad
SWEDEN
Telefon: +46 321 26000
Fax: +46 321 26080

SEGER UNITED AB

520 10 Gällstad
Telefon: +46 321 26000
Fax: +46 321 26080

TOPPOINT DEUTSCHLAND GMBH

Twentestrasse 3
48513 Nordhorn
GERMANY
Telefon: +49 5921 881750
Fax: +49 5921 73205

TEXET AB

Jupitervägen 2
Box 5004
194 05 Upplands Väsby
SWEDEN
Telefon: +46 8 587 60600
Fax: +46 587 60683

TEXET BENELUX N.V.

Zone B
Nieuwlandlaan 24D
3200 Aarschot
BELGIUM
Telefon: +32 16 571157
Fax: +32 16 571124

TEXET DEUTSCHLAND GMBH

Celler Strasse 1
27374 Visselhövede
GERMANY
Telefon: +49 4262 959840
Fax: +49 4262 9598499

TEXET DEUTSCHLAND GMBH

Austria Office
Arsenal Object 16/11
1030 Wien
AUSTRIA
Telefon: +43 1 505 582911
Fax: +43 1 505 582919

TEXET FRANCE S.A.S.

52-54 Rue du Capitaine Guynemer la
Défense 6
92499 Courbevoie Cedex
FRANCE
Telefon: +33 156 370600
Fax: +33 156 370601

TEXET HARVEST SPAIN S.L.

Polígono Industrial Camporosso
Calle Montevideo, 10 naves B y C
28806 Alcalá de Henares-Madrid
SPAIN
Telefon: +34 91 8300265
Fax: +34 91 8300264

TEXET POLAND SP.ZO.O.

Ul. Lutycka 11
60415 Pznan
POLAND
Telefon: +48 601 554806
Fax: +48 61 8685692

TOPLINE KERAMIEK B.V.

Lindberghstraat 45
7903 BM Hoogenveen
THE NETHERLANDS
Telefon: +31 528 358420
Fax: +31 528 358430

TOPPOINT POLSKA SP.ZO.O.

Ul. Zimna 1
65707 Zielona Góra
POLAND
Telefon: +48 648 518322
Fax: +48 648 518321

TOTEMCO B.V.

Asterweg 1
1031 HL Amsterdam
THE NETHERLANDS
Telefon: +31 20 6373937
Fax: +31 20 6373928

**UNITED BRANDS OF
SCANDINAVIA IRELAND LTD.**

Unit B23
KCR Industrial Estate
Kimmage
Dublin 12
IRELAND
Telefon: +44 1685 812111
Fax: +44 1685 815091

**UNITED BRANDS OF
SCANDINAVIA LTD.**

Unit 1
Hirwaun Industrial Estate
CF44 9UP Hirwaun
South Wales
UNITED KINGDOM
Telefon: +44 1685 812811
Fax: +44 1685 815090

X-TEND B.V.

Paxtonstraat 7
8013 RP Zwolle
THE NETHERLANDS
Telefon: +31 38 8509100
Fax: +31 38 8509101

Styrelse



Från vänster:

Hans Johansson född 1947. Ledamot av styrelsen sedan 2000. Övriga styrelseuppdrag: styrelseledamot i Hall-Miba AB. Antal aktier (direkt och via bolag) i New Wave Group AB: 28 216 B-aktier.

Maria Andark född 1965. Ledamot av styrelsen sedan 2006. Huvudsysselsättning: Konsult Xana AB. Övriga styrelseuppdrag: Telge Företagsinvest. Antal aktier (direkt och via bolag) i New Wave Group AB: 1 200 B-aktier.

Peter Nilsson född 1962. Ledamot av styrelsen sedan 2007. Övriga styrelseuppdrag: styrelseledamot i JH Tidbecks AB, styrelseordförande i Duni AB. Antal aktier (direkt och via bolag) i New Wave Group AB: 6 000 B-aktier.

Mats Årjes född 1967. Ledamot av styrelsen sedan 2007. VD för SkiStar AB. Övriga styrelseuppdrag: styrelseledamot i Bilia AB. Antal aktier (direkt och via bolag) i New Wave Group AB: 10 000 B-aktier.

Torsten Jansson född 1962. Styrelseordförande sedan 2007. Ledamot av styrelsen sedan 1991. Grundare av bolaget och majoritetsägare. Antal aktier (direkt och via bolag) i New Wave Group AB: 20 707 680 A-aktier och 636 825 B-aktier och teckningsoptioner omfattande 191 000 B-aktier.

New Wave Groups Female Advisory Board

Syftet med rådet är dels att det skall fungera som ett rådgivande organ till New Wave Group vad gäller kvinnors syn på koncernens varumärken, produkter, image och framtoning, butiker och strategier m m, dels att öka New Wave Groups kvinnliga kontaktnät för framtida rekryteringar av kvinnliga chefer, vilket på sikt skapar en högre jämställdhet bland koncernens ledande befattningshavare.

Isabella Jansson

Dotter till Torsten Jansson. Isabella representerar den yngre kvinnliga generationen och tillsättningen är även ett led i att föra in henne i koncernen.

Ingegerd Hadenius

Journalist med erfarenhet från bl a Reuters. Har tidigare även varit verksam på Öhmans Fondkommission som analytiker. Är idag chefredaktör för ELLE PULS.

Emma-Helena Nilsson

Socionom och tidigare elitidrottsskivna inom längdskidåkning. Fröken Sverige 1999. Emma-Helena är idag verksam projektkoordinator (PR och Events) i en större internationell koncern.

Ulrica Messing

Tidigare riksdagsledamot och statsråd med ansvar för bl a jämställdhet, idrott, skog, turism och infrastruktur. Driver idag Porthouse Interior AB.

Barbro McAusland

Verksam inom internationell turism sedan 1970 och en av de kunnigaste inom området. Barbro är f n ansvarig för Visit Sweden i Tyskland och har tidigare varit ansvarig för Storbritannien och USA.

Pernilla Wiberg

En av Sveriges bästa och mest kända kvinnliga skidåkare. Förutom 24 segrar i alpina världscupen har Pernilla tagit medaljer i såväl Olympiska spelen som VM. 2002 valdes hon in i IOK och har på senare år varit expertkommentator för SVT.

Ledning



Göran Härstedt född 1965. Verkställande direktör och koncernchef samt ansvarig vid New Wave Group S.A. för koncernens varumärkshantering. Anställd sedan 2001. Antal aktier (direkt och via bolag) i New Wave Group AB: 155 000 B-aktier och teckningsoptioner omfattande 150 000 B-aktier.



Torsten Jansson född 1962. Styrelseordförande. Grundare av bolaget och majoritetsägare. Antal aktier (direkt och via bolag) i New Wave Group AB: 20 707 680 A-aktier och 636 825 B-aktier och teckningsoptioner omfattande 191 000 B-aktier.



Lars Jönsson född 1964. Ekonomi- och finanschef. Anställd sedan 2007. Antal aktier i New Wave Group AB: 50 000 B-aktier.



Tomas Jansson född 1965. Nordeuropachef Profil, VD i New Wave Mode AB. Anställd sedan 1993. Antal aktier (direkt och via bolag) i New Wave Group AB: 121 768 B-aktier och teckningsoptioner omfattande 85 000 B-aktier.



Joakim Holmberg född 1969. Inköpschef. Anställd sedan 2005. Antal aktier i New Wave Group AB: Köpoption omfattande 200 000 B-aktier.



Jens Petterson född 1963. Affärsområdeschef Detaljhandel, VD i New Wave Sports AB. Anställd sedan 1999. Antal aktier i New Wave Group AB: 151 360 B-aktier och teckningsoptioner omfattande 75 000 B-aktier.



Mario Bianchi född 1967. Sydeuropachef Profil, VD i New Wave Italia S.R.L. Anställd sedan 1994. Antal aktier i New Wave Group AB: 200 000 A-aktier, 102 560 B-aktier och teckningsoptioner omfattande 130 000 B-aktier.



Bas Lensen född 1969. Mellaneuropachef Profil, VD i Toppoint BV. Anställd sedan 2002. Antal aktier i New Wave Group AB: 93 493 B-aktier och teckningsoptioner omfattande 40 000 B-aktier.

Revisorer

Sven-Arne Gärth född 1958. Auktoriserad revisor, Ernst & Young. Revisor i bolaget sedan 2007.

Bjarne Fredriksson född 1966. Auktoriserad revisor, Ernst & Young. Revisor i bolaget sedan 2005.

Årsstämma

Årsstämma äger rum den 20 maj 2008 kl 10.00 hos New Wave Group AB (publ),

Orrekulla Industrigata 61, 425 36 Hisings Kärra. Rätt att delta på årsstämman har den aktieägare som är registrerad i den utskrift av aktieboken som görs den 14 maj 2008, och som anmäler sin avsikt att delta på årsstämman senast den 16 maj 2008 kl 12.00.

Förvaltarregistrerade aktier

Aktieägare för valtarregistrerade aktier måste ha registrerat aktierna i eget namn hos VPC för att ha rätt att delta på årsstämman. Sådan inregistrering skall vara verkställd den 14 maj 2008 och skall därför begäras hos förvaltaren i god tid före detta datum.

Anmälan

Anmälan om deltagande på stämman sker per brev eller telefon till:

New Wave Group AB (publ)
Orrekulla Industrigata 61
425 36 Hisings Kärra
Telefon: 031-712 89 00
bolagsstamma@nwg.se

Vid anmälan uppges namn, personnummer/ org.nr samt telefonnummer (dagtid). Aktieägare som vill delta på stämman måste ha anmält detta senast fredagen den 16 maj 2008 kl 12.00, då anmälningstiden går ut.

Ärenden

På stämman kommer att behandlas de ärenden som enligt lag och bolagsordning skall upptas på stämman, nedanstående förslag om utdelning och övriga ärenden som tas upp i kallelsen till stämman.

Utdelning

Styrelsen har föreslagit fredagen den 23 maj 2008 som avstämningsdag. Med denna avstämningsdag så beräknas utbetalningen av utdelningen ske från VPC den 28 maj 2008. Styrelsen och verkställande direktören föreslår årsstämman att utdelningen för 2007 lämnas med 1 kr per aktie motsvarande totalt 66,3 mkr.

Ekonomisk information

- Rapport för perioden januari–mars 2008 offentliggjordes den 21 april 2008.
- Rapport för perioden januari–juni 2008 offentliggörs den 26 augusti 2008.



Cutter & Buck och en av världens bästa kvinnliga golfspelare: Annika Sörenstam

Som officiell klädsponsor till Annika Sörenstam sedan 2001, delar vi passionen för spelet med drivkraften för perfektion. En golflegend som inspirerar spelare över hela världen med sin vision och målmedvetenhet. Annika innehar mer än 60 LPGA segrar. 2003 valdes hon in i både LPGA och World Tour Halls of Fame.

NewWave
G R O U P

New Wave Group AB (publ) Org nr 556350-0916

Orrekulla Industrigata 61, SE-425 36 Hisings Kärra
Telefon: +46 (0)31 712 89 00, Fax: +46 (0)31 712 89 99
info@nwg.se www.nwg.se