



NewWave

G R O U P

Delårsrapport

Januari – juni

2017

Detta är New Wave Group



- ★ New Wave Group är ett **tillväxtbolag**. Vi **skapar, förvärvar och utvecklar varumärken och produkter** för profilbranchen samt sport- gåvo- och inredningssektorn.
- ★ Vi har tre rörelsesegment: **Profil**; profilkläder, yrkeskläder och gåvor som säljs till oberoende profilåterförsäljare, **Sport & Fritid** samt **Gåvor & Heminredning**, till konsumenter genom detaljhandelsföretag som arbetar med specialiserade butiker.
- ★ Vi är verksamma genom två säljkanaler; **profilmarknaden** och **detaljhandelsmarknaden**. Genom att vara aktiv på båda dessa marknader uppnår koncernen en bra **riskspridning**. Vi uppnår även stora **samordningsfördelar** genom att stora delar av sortimentet kan användas på båda försäljningskanalerna.
- ★ New Wave Group's styrka är **design, inköp, logistik** och **marknadsföring** av våra varumärken.
- ★ Produkterna är huvudsakligen **tillverkade** i Asien och till en viss, mindre del i Europa.
- ★ New Wave Group har sedan starten uppvisat en stark **tillväxt** med bra **marginaler**.

Profil



Sport & Fritid



Gåvor & Heminredning



Våra rörelsessegment och marknader

New Wave Group distribuerar 49 olika varumärken, varav tre är licensierade varumärken. Resterande är helägda.

Varje varumärke kategoriseras till vilket av våra tre rörelsessegment det tillhör, Profil, Sport & Fritid och Gåvor & Heminredning.

Varumärkena distribueras både i försäljningskanalen profil och i försäljningskanalen detalj för att uppnå god riskspridning.



JOBMAN
WORKWEAR

Profil vision

Visionen för rörelsesegmentet Profil är att bli Europas ledande leverantör av profilprodukter och en av de ledande leverantörerna av profilprodukter i USA genom att erbjuda kunderna ett brett produktutbud, starka varumärken, god kunskap och service samt ett överlägset helhetskoncept.

Sport & Fritid vision

Visionen för rörelsesegmentet Sport & Fritid är att göra Craft till ett världsledande varumärke inom idrottskläder och att göra Cutter & Buck till ett världsledande varumärke inom golf.

Visionen är att stärka Speedo på de svenska, norska och danska marknaderna.

Varumärket Auclair ska ta en ledande position på handskar i Europa och vi ska använda Paris Gloves starka distributionsplattform för att lansera koncernens andra varumärken i Kanada.

Sammantaget vill vi bli den ledande sportleverantören, både i Sverige och övriga europeiska länder samt i USA. Våra varumärken skall tillsammans ge oss en position bland världens största sportleverantörer.

Gåvor & Heminredning vision

Visionen för Gåvor & Heminredning är att göra Orrefors och Kosta Boda till världsledande leverantörer av glas och kristall.

En del av visionen är också att använda innovativ och lekfull design för att göra Sagaform till en framstående spelare på de Nordeuropeiska profil- och detaljhandelsmarknaderna.





Finansiell information



April – juni 2017

★ Försäljning uppgick till 1 372 (1 257) mkr

- ★ Försäljning ökade med 9 % (5 % i lokala valutor).
- ★ Profil 12 %, Sport & Fritid 6 %, Gåvor & Heminredn 8 %.
- ★ Tillväxt i samtliga regioner.
- ★ Försäljningskanalen profil 11 %, detaljhandeln 6 %.

★ Försäljning per rörelsesegment

- ★ Profil 12 % till 679 (605) mkr.
 - Försäljningskanalen profil.
 - Tillväxt främst i regionerna Europa och Övriga länder.
- ★ Sport & Fritid 6 % till 545 (515) mkr.
 - Tillväxt i båda försäljningskanalerna.
 - Tillväxt i samtliga regioner.
- ★ Gåvor & Heminredning 8 % till 148 (138) mkr.
 - Försäljningskanalen detaljhandeln.
 - Sverige.

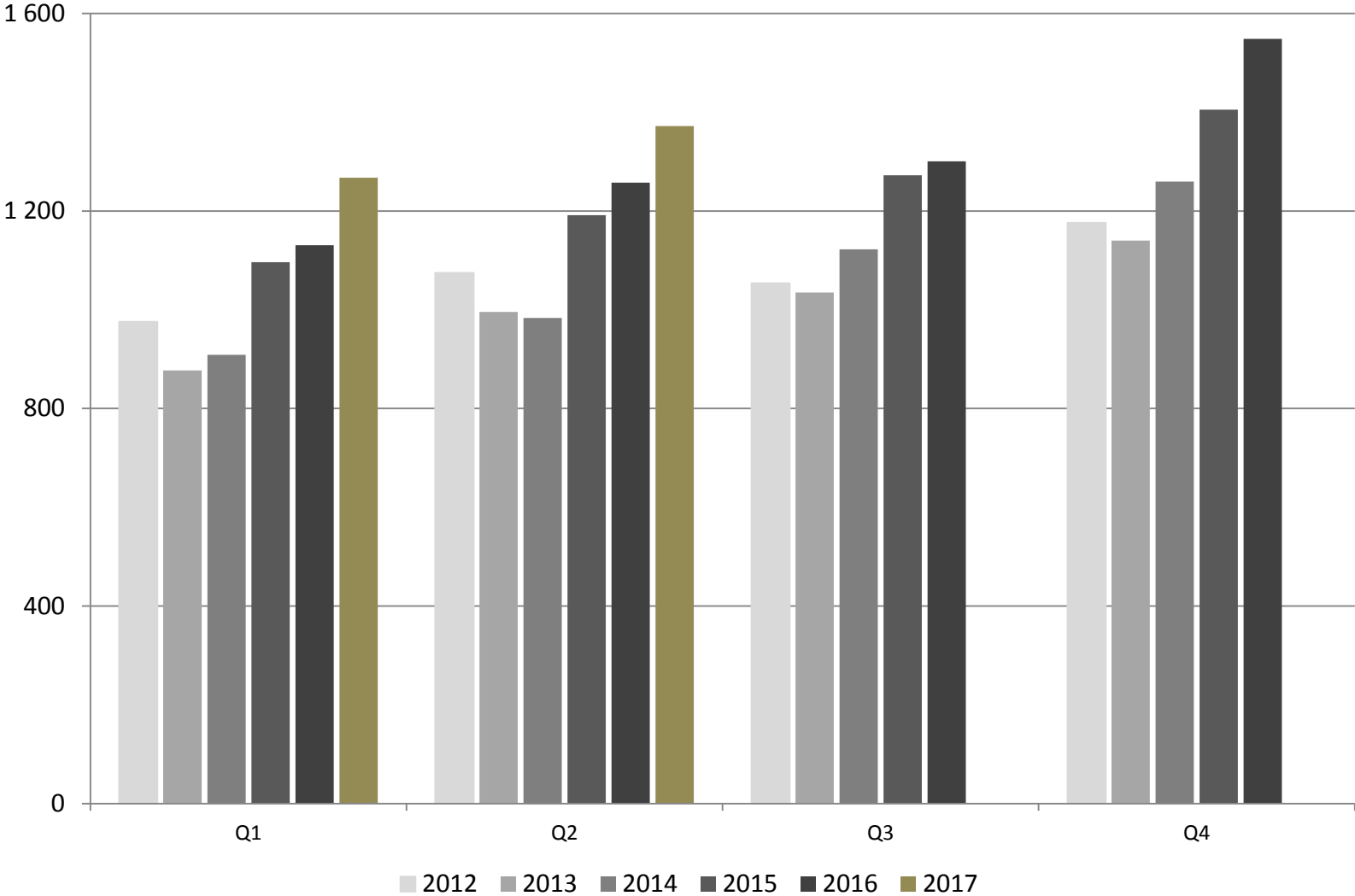


April – juni 2017

Nettoomsättning per region

	Apr - jun 2017	Andel av omsättn.	Apr - jun 2016	Andel av omsättn.	Förändr. MSEK	%
Sverige	318,9	23%	301,2	24%	17,7	6%
USA	363,3	26%	339,2	27%	24,1	7%
Norden exkl Sverige	195,7	14%	191,8	15%	3,9	2%
Centraleuropa	221,5	16%	211,2	17%	10,3	5%
Sydeuropa	150,1	11%	130,3	10%	19,8	15%
Övriga länder	122,3	9%	83,6	7%	38,7	46%
Totalt	1 371,8	100%	1 257,3	100%	114,5	9%

Nettoomsättning



April – juni 2017

- ★ Bruttovinstmarginalen uppgick till 45,6 (45,5) %.
- ★ Externa kostnader och personalkostnader uppgick tillsammans till -503,1 (-462,6) mkr.
 - ★ *Valutapåverkan vid omräkning till SEK.*
 - ★ *Försäljnings- och marknadsaktiviteter*
 - ★ *Anställningar inom försäljning o kundservice*
- ★ Rörelseresultatet uppgick till 110,5 (100,2) mkr.
 - ★ *Högre omsättning.*
- ★ Periodens resultat uppgick till 77,0 (67,0) mkr.



April – juni 2017

Resultaträkning

MSEK	Apr- Jun 2017		Apr- Jun 2016	
Nettoomsättning	1371,7		1 257,3	
Handelsvaror	-745,7		-685,0	
Bruttoresultat	626,0	45,6%	572,3	45,5%
Övriga rörelseintäkter	7,0		12,2	
Externa kostnader	-270,1		-249,6	
Personalkostnader	-233,0		-213,0	
Av- och nedskrivning av materiella och immateriella anläggningstillg.	-15,7		-13,4	
Övriga rörelsekostnader	-3,9		-8,1	
Andelar i intresseföretags resultat	0,2		-0,2	
Rörelseresultat	110,5	8,1%	100,2	8,0%
Finansiella intäkter	1,0		0,9	
Finansiella kostnader	-14,1		-15,7	
Finansnetto	-13,1		-14,8	
Resultat före skatt	97,4		85,4	
Skatt på periodens resultat	-20,3		-18,4	
Periodens resultat	77,0		67,0	
Resultat per aktie	1,16		1,01	



April – juni 2017

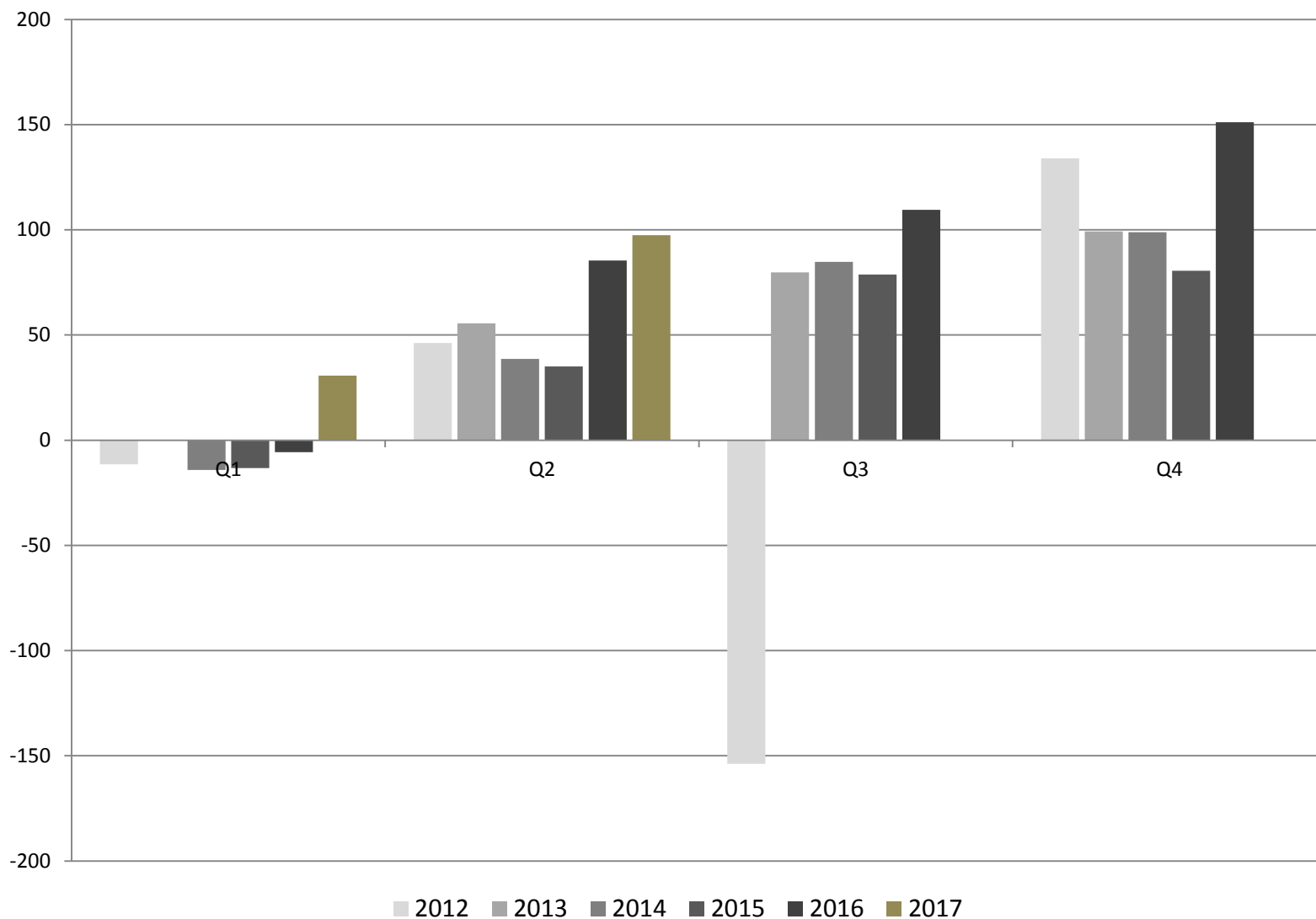
EBITDA per rörelsesegment

- ★ **Profil** uppgick till 95,6 (90,5) mkr.
- ★ **Sport & Fritid** uppgick till 28,9 (24,0) mkr.
- ★ **Gåvor & Heminredning** uppgick till 1,8 (-0,9) mkr.

Förbättringarna ovan är relaterade till högre omsättning för samtliga segment



Resultat före skatt



April - juni 2017

Kassaflöde

MSEK	Apr - jun 2017	Apr - jun 2016
Löpande verksamheten före förändring rörelsekap.	105,0	89,4
Förändring i rörelsekapital	-54,9	-0,8
Kassaflöde från den löpande verksamheten	50,1	88,6
Investeringsverksamheten	-16,0	-21,2
Kassaflöde efter investeringsverksamheten	34,1	67,4
Finansieringsverksamheten	-42,5	-50,2
Periodens kassaflöde	-8,4	17,2

Januari – juni 2017

★ Försäljning uppgick till 2 636 (2 388) mkr

- ★ Försäljning ökade med 10 % (6 % i lokala valutor)
- ★ Profil 14 %, Sport & Fritid 6 %, Gåvor & Heminredn. 11 %
- ★ Ökningar i samtliga regioner
- ★ Försäljningskanalen profil 13 %, detaljhandeln 7 %

★ Försäljning per rörelsesegment

- ★ Profil 14 % till 1 269 (1 110) mkr
 - Försäljningskanalen profil
 - Tillväxt i främst Övriga Norden, Europa, Övr. länder
- ★ Sport & Fritid 6 % till 1 098 (1 035) mkr
 - Båda försäljningskanalerna ökar
 - Sverige och Europa
- ★ Gåvor & Heminredning 11 % till 269 (243) mkr
 - Främst försäljningskanalen detaljhandel
 - Sverige



Januari – juni 2017

Nettoomsättning per region

	Jan-jun 2017	Andel av omsättn.	Jan-jun 2016	Andel av omsättn.	Förändr. MSEK	%
Sverige	574,7	22%	537,9	23%	36,8	7%
USA	677,6	26%	628,6	26%	49,0	8%
Norden exkl Sverige	371,6	14%	354,8	15%	16,8	5%
Centraleuropa	496,3	19%	461,4	19%	34,9	8%
Sydeuropa	279,4	11%	243,1	10%	36,3	15%
Övriga länder	236,3	9%	162,3	7%	74,0	46%
Totalt	2 636,0	100%	2 388,1	100%	247,8	10%

Januari – juni 2017



- ★ Bruttovinstmarginalen uppgick till 45,4 (45,5) %
 - ★ *Förbättring i Sport & Fritid och Gåvor & Heminredning. Profil något lägre pga produktmix.*
- ★ Externa kostnader och personalkostnader uppgick tillsammans till -1 019,8 (-959,8) mkr.
 - ★ *valutapåverkan vid omräkning till SEK*
 - ★ *högre försäljnings och marknadskostnader*
 - ★ *mer personal inom försäljning, kundservice och marknad*
- ★ Rörelseresultatet uppgick till 153,7 (108,3) mkr.
 - ★ *högre omsättning*
- ★ Periodens resultat uppgick till 101,9 (62,4) mkr.

Januari – juni 2017

Resultaträkning

MSEK	Jan-jun 2017		Jan-jun 2016	
Nettoomsättning	2 635,9		2 388,1	
Handelsvaror	-1 438,5		-1 301,3	
Bruttoresultat	1 197,4	45,4%	1 086,8	45,5%
Övriga rörelseintäkter	17,9		21,6	
Externa kostnader	-558,7		-529,4	
Personalkostnader	-461,1		-430,4	
Av- och nedskrivning av materiella och immateriella anläggningstillg.	-30,7		-26,6	
Övriga rörelsekostnader	-11,7		-13,7	
Andelar i intresseföretags resultat	0,6		0,0	
Rörelseresultat	153,7	5,8%	108,3	4,5%
Finansiella intäkter	2,3		2,1	
Finansiella kostnader	-27,9		-30,7	
Finansnetto	-25,6		-28,6	
Resultat före skatt	128,1		79,7	
Skatt på periodens resultat	-26,1		-17,3	
Periodens resultat	101,9		62,4	
Resultat per aktie	1,55		0,95	



Januari – juni 2017

EBITDA per rörelsesegment

- ★ **Profil** uppgick till 129,2 (104,0) mkr
- ★ **Sport & Fritid** uppgick till 61,7 (46,0) mkr
- ★ **Gåvor & Heminredning** uppgick till -6,5 (-15,1) mkr

Förbättringarna ovan är främst relaterade till en högre omsättning

Januari - juni 2017

Kassaflöde

MSEK	Jan - jun 2017	Jan - jun 2016
Löpande verksamheten före förändring rörelsekap.	142,8	85,2
Förändring i rörelsekapital	-59,1	67,3
Kassaflöde från den löpande verksamheten	83,7	152,5
Investeringsverksamheten	-35,9	-37,5
Kassaflöde efter investeringsverksamheten	47,8	115,0
Finansieringsverksamheten	-81,9	-124,8
Periodens kassaflöde	-34,1	-9,8

Finansiella nyckeltal

	Jan - jun 2017	Jan - jun 2016	Jan - dec 2016	Jan - dec 2015
Försäljningstillväxt, %	10,4	4,4	5,5	16,2
Antal årsanställda	2 451	2 391	2 396	2 358
Bruttovinstmarginal, %	45,4	45,5	46,0	45,1
Rörelsemarginal före avskrivningar, %	7,0	5,7	8,7	6,3
Rörelsemarginal, %	5,8	4,5	7,6	5,1
Avkastning på eget kapital, %	7,4	4,9	10,4	6,0
Avkastning på sysselsatt kapital, %	6,6	4,8	8,6	5,8
Soliditet, %	48,6	45,8	48,4	45,9
Nettoskulsättningsgrad, %	61,7	75,2	62,1	76,8
Nettoskuld genom rörelsekapitalet, %	63,7	71,4	64,7	71,7
Nettoskuld, MSEK	1 713,9	1 909,9	1 748,9	1 929,1
Varulagrets omsättningshastighet, ggr	1,1	1,1	1,1	1,2
Eget kapital per aktie, SEK	41,8	38,3	42,5	37,9

VD sammanfattning

★ Försäljning

- ★ Tillväxten fortsätter; 9 % i kvartalet och 10 % för första halvåret.

★ Resultat

- ★ Rörelseresultat förbättrades trots investeringar i nya produkter och marknadsföring

- ★ April-juni: 10 %

- ★ Januari-juni: 42 %

★ Balansräkning och Kassaflöde

- ★ Stark balansräkning med soliditet på 48,6 %
- ★ Kassaflödet från den operativa verksamheten 83,7 (152,5) mkr

VD sammanfattning - Framtiden

- ★ **CRAFT Teamwear**
- ★ **Nytt lager i Kanada**
- ★ **Nya lager i Tyskland och Belgien**
- ★ **Nya kollektioner för ProJob och Jobman**
- ★ **CRAFT skor ute i butik under första kvartalet 2018**
- ★ **Utökad marknadsföring i USA**



Kosta Boda
Mattias Stenberg

Vi strävar efter att göra alla som köper våra produkter till nöjda kunder.

Om du väljer att investera i New Wave Group vill vi att du ska veta att vi lovar att ta hand om din investering på det bästa sätt vi kan – genom långsiktigt tänkande, tillväxt, stabilitet och hårt arbete !