



## **Worldwide Brand Management Holding AB**

Stockholm den 24 november 2004

### **PRESSMEDDELANDE**

## **Björn Borg till Nya Marknaden**

**Worldwide Brand Management Holding AB (WBM Holding), som utvecklar och driver sin verksamhet under varumärket Björn Borg, genomför en nyemission och inleder handel med bolagets aktie på Nya Marknaden.**

WBM-koncernen har i dag verksamhet inom fem produktområden på sju marknader i Europa. Totalt beräknades försäljningen av Björn Borg-produkter 2003 till konsument uppgå till cirka 600 Mkr. Syftet med nyemissionen är att möjliggöra genomförandet av bolagets tillväxtstrategi med satsningar på nya och befintliga marknader.

- Institutionella placerare och allmänheten erbjuds att teckna totalt 450.000 aktier i en nyemission i samband med att handel i WBM Holdings aktie inleds på Nya Marknaden. Erbjudandet motsvarar 33 procent av det totala antalet aktier i WBM Holding efter genomförd nyemission
- Emissionskursen är 68 kronor per aktie och nyemissionen beräknas tillföra bolaget en sammanlagd emissionslikvid om högst 30,6 Mkr före emissionskostnader
- Nyemissionen är i sin helhet garanterad
- Beräknad första handelsdag på Nya Marknaden är den 20 december 2004
- Anmälningssperioden är 26 november – 10 december 2004

### **Bakgrund och motiv**

WBM-koncernen har under varumärket Björn Borg etablerat en stark position på den svenska marknaden och har även bevisat att varumärket Björn Borg lönsamt kan kommersialiseras i internationell miljö. WBM-koncernen kommer nu att accelerera utvecklingstakten i koncernen och initiera ett antal marknadssatsningar.

Styrelsen för WBM Holding har därför inom ramen för ett tidigare bemyndigande från bolagsstämman beslutat att genomföra en nyemission till institutionella placerare och allmänheten med därefter följande handel i aktien på Nya Marknaden.

Syftet med nyemissionen är att möjliggöra genomförandet av bolagets tillväxtstrategi med satsningar på nya och befintliga marknader.

### **WBM-koncernen i korthet**

WBM-koncernen har sedan 1997 vidareutvecklat varumärket Björn Borg och har i dag verksamhet inom fem produktområden på sju marknader i Europa, varav Sverige och Holland är de viktigaste. Koncernens omsättning 2003 uppgick till cirka 115 Mkr och rörelsemarginalen var cirka 9 procent. Verksamheten bedrivs genom ett nätverk av produktbolag och distributörsbolag som antingen formellt ingår i koncernen eller är fristående bolag. Totalt beräknades försäljningen av Björn Borg-produkter 2003 till konsument uppgå till cirka 600 Mkr. Produktområdet kläder, inklusive underkläder, står för drygt hälften av försäljningen till konsument. Övriga produktområden är skor, väskor, glasögon och parfym.

### **Tillväxt under lönsamhet**

Varumärket Björn Borg har en stark position på de befintliga marknaderna och är ledande på herrunderkläder inom sitt segment. Verksamheten har vuxit med lönsamhet och bolaget har framgångsrikt lyckats etablera varumärket internationellt. Holland, som idag står för cirka en fjärdedel av försäljningen till konsument, är ett exempel på detta.

WBM-koncernens affärsmodell baseras på ett konsekvent varumärkesbyggande och en varumärkesvård som på olika sätt kommer till uttryck i såväl koncernbolagens verksamheter som i alla andra delar av nätverket – från produktutveckling och distribution till konsumentförsäljning.

WBM-koncernens tillväxtstrategi är att både växa på befintliga marknader och etablera sig på tre till fem nya marknader i Europa inom tre år.

Vilhelm Schottenius, WBM Holding ABs styrelseordförande, kommenterar:

*”Som en av grundarna till företaget bakom Björn Borg har jag varit med i uppbyggnaden och utvecklingen av varumärket. Det känns väldigt bra att vi lönsamt har kunnat etablera varumärket på den internationella modemarknaden med relativt begränsade finansiella resurser. Med nytt kapital får vi än bättre förutsättningar att både bredda varumärket och etablera oss på nya geografiska marknader. Varumärket Björn Borg har en unik lyskraft och min bedömning är att varumärket har en mycket stor potential.”*

Nils Vinberg, VD och koncernchef, kommenterar:

*”Jag känner mig faktiskt stolt när jag konstaterar att en organisation på 35 personer tillsammans med ett engagerat nätverk har kunnat skapa ett så starkt varumärke som Björn Borg är idag. Vi är ledare på herrunderkläder och totalt säljs Björn Borg-produkter för cirka 600 miljoner kronor. Nu ska vi växa vidare och jag känner stor entusiasm inför den fortsatta resan.”*

### **Erbjudandet**

Institutionella placerare och allmänheten erbjuds att teckna aktier i WBM Holdings nyemission på sammanlagt 450.000 aktier till en teckningskurs om 68 kronor per aktie. Erbjudandet motsvarar cirka 33 procent av det totala antalet utestående aktier efter emissionen. Nyemissionen är i sin helhet garanterad. Nuvarande huvudaktieägare, motsvarande 45 procent av det totala antalet utestående aktier efter emissionen, har förbundit sig att inte sälja sina aktier under en period av tolv månader från första handelsdagen.

Erik Penser Fondkommission AB är finansiell rådgivare till WBM Holding.

## **Prospekt**

Prospekt kommer att finnas tillgängligt dels hos WBM Holding AB, Stadsgården 10, Box 15415, 104 65 Stockholm, telefon 08-506 337 00, dels hos Erik Penser Fondkommission AB, Emissionsavdelningen, Box 7405, 103 91 Stockholm, telefon 08-463 80 00 samt på [www.bjornborg.net](http://www.bjornborg.net) och [www.penser.se](http://www.penser.se).

## **Tidplan**

Teckningstid:	26 november – 10 december 2004
Anmälan och betalning:	Teckning sker genom särskild anmälningssedel, varefter betalning skall ske senast tre dagar efter erhållande av avräkningsnota.
Första dag för handel	Omkring den 20 december 2004

För ytterligare information, vänligen kontakta:

Nils Vinberg, VD och koncernchef WBM Holding AB,  
telefon 0708-631101 alt 08-506 33 700  
Vilhelm Schottenius, Styrelseordförande WBM Holding AB,  
telefon 0705-173550

**Detta pressmeddelande får inte distribueras eller offentliggöras i USA, Australien, Japan, Kanada eller Nya Zeeland.**

---

## **WBM-koncernen**

Worldwide Brand Management-koncernen utvecklar och driver sin verksamhet under varumärket Björn Borg. Verksamheten omfattar idag de fem produktområdena kläder, skor, väskor, glasögon och parfym som säljs på sju marknader i Europa. Totalt beräknades försäljningen av Björn Borg-produkter 2003 uppgå till cirka 600 miljoner kronor i konsumentledet. Koncernens omsättning uppgick 2003 till cirka 115 miljoner kronor och antalet anställda är 35.