



Worldwide Brand Management AB (publ) (org nr 556658-0683)

Delårsrapport för första halvåret 2005

Stark ökning i Björn Borg

Första halvåret, 1 januari – 30 juni 2005

- Nettoomsättningen uppgick till 76,3 MSEK (55,3), en ökning med 38 %
- Rörelseresultatet uppgick till 8,2 MSEK (3,0) och resultat efter finansnetto uppgick till 8,7 MSEK (3,9)
- Resultat efter skatt uppgick till 6,1 MSEK (2,7)
- Vinst per aktie uppgick till 4,24 kr (2,00), en ökning med 112 %
- Bruttovinstmarginalen ökade till 52 % (51)

Andra kvartalet, 1 april – 30 juni 2005

- Nettoomsättningen uppgick till 28,6 MSEK (23,8), en ökning med 20 %
- Rörelseresultatet uppgick till 0,8 MSEK (0,1) och resultatet efter finansnetto förbättrades från en förlust på -1,1 MSEK till en vinst på 1,3 MSEK
- Resultat efter skatt uppgick till 0,9 MSEK (-0,7)
- Vinst per aktie uppgick till 0,64 kr (-0,51)
- Bruttovinstmarginalen ökade till 56 % (50)
- Avtal tecknat om varumärkessamarbete med Dunlop för internationell lansering av en ny Björn Borg tennisko

(KSEK)	Q2 2005 3 månader Utfall	Q2 2004 3 månader Proforma	Halvår 2005 6 månader Utfall	Halvår 2004 6 månader Proforma	Rullande 12 månader Proforma	2004 Helår 12 månader Proforma
Nettoomsättning	28 658	23 832	76 309	55 311	142 647	121 649
Bruttovinstmarginal	56 %	50 %	52 %	51 %	52 %	52 %
Rörelseresultat	787	80	8 185	2 954	17 379	12 149
Resultat efter finansnetto	1 270	-1 064	8 724	3 890	19 201	14 367
Vinst per aktie, kr ¹⁾	0,64 kr	-0,51 kr	4,24 kr	2,00 kr	9,37 kr	7,36 kr

1) Vinst per aktie i förhållande till vägt medeltal av aktier under perioden

Worldwide Brand Management AB (tidigare Wordwide Brand Management Holding AB) (WBM) förvärvade under andra kvartalet 2004 samtliga aktier i WBM Brands AB (tidigare Worldwide Brand Management AB) (WBM Brands), inklusive dotterbolag. Koncernredovisningen för WBM är upprättad med den 30 juni 2004 som förvärvstidpunkt. Delårsrapporten för 2005 avser därmed faktiskt utfall för första halvåret 2005 medan jämförelsesiffrorna för första halvåret 2004, rullande 12 månader samt helår 2004 är proforma.



Worldwide Brand Management AB (publ) (org nr 556658-0683)

Verksamheten

Koncernen har sedan 1997 vidareutvecklat varumärket Björn Borg med utgångspunkt i en exklusiv varumärkeslicens och har i dag verksamhet inom de fem produktområdena kläder, skor, väskor, glasögon samt parfym. Björn Borg-produkter säljs på sju marknader i Europa, varav Sverige och Holland är de viktigaste. Verksamheten bedrivs genom ett nätverk av produkt- och distributörsbolag som antingen formellt ingår i koncernen eller är fristående bolag med underlicenser avseende produktområde och geografisk marknad. Distributörer säljer produkterna till detaljister som i sin tur säljer till konsumentledet. WBM har egen verksamhet i alla led från produktutveckling till konsumentförsäljning.

Varumärkessamarbete med Dunlop

Under andra kvartalet inledde WBM ett samarbete med det internationella sportvarumärkesföretaget Dunlop (via Dunlops licenstagare Marco GmbH) genom att lansera en ny Björn Borg tennissko på den europeiska marknaden. För att skapa internationell uppmärksamhet presenterades den nya tenniskon av Björn Borg personligen på den tyska modemässan Bread and Butter i Berlin i slutet av juli. Tenniskon kommer att distribueras på den skandinaviska marknaden av WBM med leveransstart våren 2006. På den övriga europeiska marknaden har WBM tecknat ett distributörsavtal med Dunlop för att på så sätt nå en så bred distribution som möjligt.

”Detta varumärkessamarbete är ytterligare ett steg i vår ambition att bygga en stark plattform för varumärket Björn Borg på den europeiska marknaden. Med stöd av Dunlops renommé och väletablerade distributionsnät ser vi stora möjligheter att stärka varumärket, både på befintliga men särskilt på nya marknader i Europa”, säger Nils Vinberg, VD och koncernchef för WBM AB.

Försäljning av Björn Borg-produkter till återförsäljare

Andra kvartalet, april-juni 2005

Den totala försäljningen av Björn Borg-produkter från egna och fristående distributörer i nätverket till återförsäljare uppgick till 46,7 MSEK (40,3) under andra kvartalet 2005, en ökning med 16 procent jämfört med samma period 2004. Det var i huvudsak underkläder och parfym som ökade sin försäljning.

Första halvåret, januari-juni 2005

Den totala försäljningen av Björn Borg-produkter från egna och fristående distributörer i nätverket till återförsäljare uppgick till 126,8 MSEK (121,4) under första halvåret 2005, en ökning med 5 procent jämfört med samma period 2004. Det var främst försäljningen av väskor och parfym som ökade men även underkläder visade en positiv försäljningsutveckling. Produktområdet glasögon minskade sin försäljning medan skor var i linje med föregående års nivå. Sammantaget bedöms utvecklingen för koncernens produktområden vara i nivå med eller bättre än marknaden.

Största produktområdet var under perioden kläder som stod för 57 procent (58) av försäljningen. Skor stod för 17 procent (18), väskor för 18 procent (16) och glasögon och parfym för 8 procent (8) tillsammans. De största marknaderna var Sverige med 44 procent (48), Holland med 27 procent (24) samt Norge med 13 procent (13).



Worldwide Brand Management AB (publ) (org nr 556658-0683)

Utveckling koncernen

Utvecklingen under det första halvåret har varit mycket positiv med både fortsatt omsättningstillväxt och stark resultatförbättring. Ett antal faktorer påverkade utvecklingen under perioden samt jämförbarheten med motsvarande period föregående år.

Omsättning

Andra kvartalet, april-juni 2005

Koncernens nettoomsättning uppgick till 28 658 KSEK (23 832), en ökning med 20,3 procent. Försäljningsökningen under det andra kvartalet beror främst på en ökad försäljning inom varumärkets största produktgrupp underkläder, men är även en funktion av förvärvet av Scandinavian Footwear AB (med licensrättigheterna för Björn Borg-skor) som genomfördes i december år 2004.

Första halvåret, januari-juni 2005

Koncernens nettoomsättning uppgick till 76 309 KSEK (55 311), en ökning med 38,0 procent. Koncernens omsättning ökade främst till följd av förvärvet av Scandinavian Footwear AB, men också tack vare en stark organisk försäljningsutveckling av underkläder. Samtidigt påverkades omsättningen negativt av att årets leisurekollektion endast erbjuds exklusivt i koncernens egna konceptbutiker.

Resultat

Andra kvartalet, april-juni 2005

Bruttovinstmarginalen under det andra kvartalet ökade till 56,0 procent (50,2), främst till följd av en lägre andel reavaror.

Rörelseresultatet uppgick till 787 KSEK (80) och rörelsemarginalen till 2,7 procent (0,3). Resultatet efter finansnetto förbättrades under andra kvartalet från en förlust på -1 064 KSEK till en vinst på 1 270 KSEK. Förbättringen hänför sig främst till en förbättrad marginal i den svenska distributionen samt koncernens egna konceptbutiker.

Första halvåret, januari-juni 2005

Bruttovinstmarginalen uppgick till 51,8 procent (50,8). Den något lägre marginalen i den nyligen förvärvade skoverksamheten kompenseras av förbättrade marginaler i främst koncernens egna butiker. Bruttovinstmarginalnivån i den övriga verksamheten var oförändrad.

Rörelseresultatet uppgick till 8 185 KSEK (2 954). Rörelsemarginalen förbättrades under perioden från 5,3 procent till 10,7 procent och vinstmarginalen förbättrades till 11,4 procent (7,0).

Resultatet efter finansnetto förbättrades under perioden till 8 724 KSEK (3 890), en förbättring med 124 procent. Förbättringen hänför sig främst till en ökad försäljning med något förbättrad bruttomarginal.

Vinst per aktie

Antalet utestående aktier vid rapportperiodens utgång uppgick till 1 431 036. Vinst per aktie i WBM uppgick till 4,24 (2,00) kronor per aktie för första halvåret 2005. Proforma uppgick rullande 12 månaders vinst per aktie till 9,37 kronor att jämföras med 7,36 kronor för helåret 2004.



Worldwide Brand Management AB (publ) (org nr 556658-0683)

Utveckling per rörelsegren

WBM-koncernen består av ett antal bolag som bedriver verksamhet under varumärket Björn Borg i alla led från produktutveckling till distribution och försäljning till konsument.

Omsättning per rörelsegren i sammandrag (KSEK)

Rörelsegren	Q2 2005 3 månader	Q2 2004 3 månader	Halvår 2005 6 månader	Halvår 2004 6 månader
Utveckling, design & produktion	15 907	12 541	34 905	33 081
Distribution	14 284	11 009	42 340	28 022
Detaljhandel	4 107	4 084	8 330	7 207
Varumärke mm	8 907	4 264	19 884	13 022
Koncernintern försäljning	-14 434	-8 067	-29 150	-26 021
Koncernen	28 771	23 831	76 309	55 311

Utveckling, design och produktion

WBM svarar globalt för utveckling, design och produktion av kläder och skor. Därutöver finns en underlicenstagare för kläder på marknaden inom Benelux.

Rörelsegrenens nettoomsättning under första halvåret 2005 ökade till 34 905 KSEK (33 081). I ökningen ligger dels den förvärvade skoverksamheten, dels en ökning inom produktområdet underkläder. Samtidigt minskade försäljningen av kläder till följd av att leisurkollektionen 2005 enbart säljs exklusivt i Björn Borgs renodlade konceptbutiker.

Distribution

WBM är exklusiv distributör av kläder, underkläder och badkläder samt skor på den svenska marknaden. Förutom distribution driver också WBM två så kallade factory outlet-butiker.

Distribution ökade sin nettoomsättning under första halvåret 2005 till 42 340 KSEK (28 022). Ökningen beror främst på att distributionen av skor konsolideras från och med den 1 januari 2005, men också en stark utveckling för produktområdet underkläder.

Detaljhandel

WBM äger och driver fyra konceptbutiker på den svenska marknaden med försäljning av kläder, skor och väskor.

Nettoomsättningen inom Detaljhandel för första halvåret 2005 ökade med 16 procent till 8 330 KSEK (7 207). Ökningen är i sin helhet organisk, då antalet butiker är detsamma som under föregående år, och beror främst på en tydligare fokusering samt en stark underklädes kollektion. Även täckningsbidraget förbättrades kraftigt under andra kvartalet som en följd av lägre andel reaförsäljning under juni 2005 jämfört med föregående år.

Varumärke och övrigt

Omsättningen inom Varumärke består i huvudsak av royaltointäkter samt koncerninterna tjänster.

Verksamheten uppnådde en nettoomsättning under första halvåret 2005 om 19 884 KSEK (13 022).

Den koncerninterna försäljningen uppgick under perioden till 29 150 KSEK (26 021).



Worldwide Brand Management AB (publ) (org nr 556658-0683)

Säsongsvariationer

WBM är verksamt i en bransch med tydliga säsongsvariationer. De olika kvartalen varierar omsättnings- och resultatmässigt. Första och tredje kvartalet är generellt sett starkast eftersom huvuddelen av kollektionerna levereras då. Förvärvet av produktområdet skor har ytterligare accentuerat detta mönster genom att både omsättning och resultat väger tungt i dessa kvartal för skoverksamheten. Även fjärde kvartalet är starkt till följd av julhandeln för främst underkläder och att höst-/vinterkollektionerna omfattar produkter som styckmässigt är dyrare. Andra kvartalet är därmed alltid resultatmässigt svagast.

Investeringar, avskrivningar och kassaflöde

Investeringarna under första halvåret avseende materiella anläggningstillgångar uppgick till 595 KSEK. Avskrivningarna av materiella anläggningstillgångar uppgick till 652 KSEK i koncernen. Därutöver tillkommer goodwillavskrivningar om 778 KSEK.

Kassaflödet från den löpande verksamheten i koncernen för första halvåret 2005 uppgick till 7 311 KSEK. Förändringen av rörelsekapitalet innebar ett positivt kassaflöde om 933 KSEK främst på grund av minskat lager samtidigt som fordringarna ökat.

Finansiell ställning och likviditet

WBM-koncernens nettokassa uppgick till 37 219 KSEK (29 571). Utöver likvida medel förfogar koncernen över ej utnyttjade checkkrediter om 26 500 KSEK. Räntebärande skulder vid periodens slut uppgick till 0 KSEK (10 000). Soliditeten uppgick vid rapportperiodens utgång till 64,2 procent (57,7).

Moderbolaget

Vid den ordinarie bolagsstämman i moderbolaget den 19 maj 2005 beslutade bolagsstämman att anta ny bolagsordning innebärande att ordet Holding togs bort i moderbolagets namn (firma). Därefter är moderbolagets namn Worldwide Brand Management AB (publ). Dotterbolaget med samma firma namnändrades samtidigt till WBM Brands AB.

Moderbolaget Worldwide Brand Management AB (publ) bedriver i huvudsak koncernintern verksamhet. Dessutom äger bolaget 100 procent av aktierna i WBM Brands samt i Two-To L Invest AB (Scandinavian Footwear AB). WBM har under första halvåret erhållit utdelning från Two-To L Invest AB med 2 250 KSEK och från WBM Brands AB med 10 000 KSEK.

Moderbolagets nettoomsättning för första halvåret 2005 uppgick till 7 005 KSEK och avsåg till största delen koncernintern verksamhet. Resultatet efter finansnetto uppgick till 11 425 KSEK.

Personal

Medeltalet anställda uppgick under året till 42 (35) personer. Ökningen är hänförlig till förvärvet av Scandinavian Footwear AB.

Utsikter

Från och med 2005 återgår bolaget till sin sedan tidigare kommunicerade policy att inte lämna resultatprognoser.



Worldwide Brand Management AB (publ) (org nr 556658-0683)

Övergång till IFRS

Börsnoterade bolag inom EU skall från och med den 1 januari 2005 tillämpa IAS/IFRS redovisningsprinciper vid upprättande av koncernredovisning. WBM är ej betraktat som börsnoterat bolag då Nya Marknaden ej omfattas av EUs regelverk enligt ovan. Trots detta har styrelsen fattat ett preliminärt beslut att övergå till IAS/IFRS från och med det räkenskapsår som börjar den 1 januari 2006. Införandet kommer enligt bolagets preliminära bedömning främst att påverka principerna för redovisning av goodwill. Det är bolagets nuvarande bedömning att ingen avskrivning av goodwill kommer att ske från och med räkenskapsåret 2006. Under 2005 kommer avskrivningar av goodwill att belasta resultatet med cirka 1 556 KSEK.

Redovisningsprinciper och revision

Samma redovisningsprinciper har använts som i den senaste årsredovisningen för Worldwide Brand Management Holding AB (Publ).

Delårsrapporten har ej varit föremål för granskning av bolagets revisorer.

Worldwide Brand Management AB (publ)

Stockholm den 10 augusti 2005

Styrelsen

För ytterligare information hänvisas till:
Nils Vinberg, VD och koncernchef
Telefon 08-506 33 700 eller 0708-631101
nils.vinberg@bjornborg.net

Worldwide Brand Management AB
Box 15 415
104 65 Stockholm
www.bjornborg.net

Kommande rapporttillfällen

Delårsrapport januari-september 2005 avges den 9 november 2005
Bokslutskommuniké 2005 avges i februari 2006

WBM-koncernen

Worldwide Brand Management AB-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 2004 uppgå till cirka 627 miljoner kronor i konsumentledet. Koncernens omsättning uppgick 2004 till cirka 122 miljoner kronor. Antalet anställda är 42. WBMs aktie är noterad på Nya Marknaden sedan december 2004.

Worldwide Brand Management AB januari 2005 - juni 2005

RESULTATRÄKNING KONCERNEN I SAMMANDRAG

KSEK	3 månader April 2005- Juni 2005	Proforma ²⁾ 3 månader April 2004- Juni 2004	6 månader Jan 2005- Juni 2005	Proforma ²⁾ 6 månader Jan 2004- Juni 2004	Proforma ²⁾ 12 månader Juli 2004- Juni 2005	Proforma ^{1,2)} 12 månader Jan 2004- Dec 2004
Nettoomsättning	28 658	23 832	76 309	55 311	142 647	121 649
	28 658	23 832	76 309	55 311	142 647	121 649
Kostnader sålda varor	-12 603	-11 861	-36 793	-27 211	-68 400	-58 818
Bruttovinst	16 055	11 971	39 516	28 100	74 247	62 831
	56%	50%	52%	51%	52%	52%
Försäljningskostnader	-9 251	-8 660	-18 821	-16 567	-35 652	-33 397
Administrationskostnader	-4 979	-3 073	-9 773	-7 033	-16 917	-14 178
Utvecklingskostnader	-649	147	-1 960	-936	-2 911	-1 887
Goodwillavskrivning	-389	-305	-778	-610	-1 388	-1 220
Rörelseresultat	787	80	8 185	2 954	17 379	12 149
Andelar från dotter- och intressebolag	0	-1 314	0	745	1 404	2 149
Finansnetto	483	170	539	191	417	69
Resultat efter finansiella poster	1 270	-1 064	8 724	3 890	19 201	14 367
Skatter	-353	366	-2 661	-1 167	-5 792	-4 299
Resultat efter skatt	917	-697	6 064	2 723	13 408	10 068
Genomsnittligt antal aktier	1 431 036	1 364 860	1 431 036	1 364 860	1 431 036	1 367 062
Resultat per aktie, kr	0,64 kr	-0,51 kr	4,24 kr	2,00 kr	9,37 kr	7,36 kr

BALANSRÄKNING KONCERNEN I SAMMANDRAG

KSEK	2005-06-30	Proforma ^{1,2)} 2004-06-30	Proforma ^{1,2)} 2004-12-31
Tillgångar			
Immateriella anläggningstillgångar	13 166	11 002	13 944
Materiella anläggningstillgångar	2 374	2 875	2 431
Finansiella anläggningstillgångar	1 538	4 595	1 787
Varulager	14 294	16 641	21 087
Övriga omsättningstillgångar	31 924	17 951	23 349
Likvida medel	37 219	35 316	39 571
Summa tillgångar	100 515	88 380	102 169
Eget kapital och skulder			
Eget kapital	65 008	47 765	58 945
Långfristiga skulder, räntebärande	0	20 000	6 000
Kortfristiga skulder, räntebärande	0	2 041	4 000
Övriga kortfristiga skulder	35 506	18 574	33 224
Summa eget kapital och skulder	100 515	88 380	102 169

Worldwide Brand Management AB januari 2005 - juni 2005

KASSAFLÖDESANALYS KONCERNEN I SAMMANDRAG

KSEK	3 månader	6 månader	Proforma
	April 2005- Juni 2005	Jan 2005- Juni 2005	12 månader Jan 2004- Dec 2004
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapitalet	1 371	7 311	15 922
Förändring av rörelsekapitalet	7 228	933	3 622
Kassaflöde från den löpande verksamheten	8 599	8 244	19 544
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-214	-595	2 057
Kassaflöde efter investeringar	8 385	7 649	21 601
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	0	-10 000	-15 293
Periodens kassaflöde	8 385	-2 351	6 308

FÖRÄNDRING AV EGET KAPITAL

KSEK	6 mån 2005-06-01
Ingående balans	58 945
Periodens resultat	6 064
Belopp vid periodens utgång	65 009

NYCKELTAL

	3 månader	Proforma 2)	6 månader	Proforma 2)	Proforma 2)	Proforma 1,2)
	April 2005- Juni 2005	3 månader April 2004- Juni 2004	6 månader Jan 2005- Juni 2005	6 månader Jan 2004- Juni 2004	12 månader Juli 2004- Juni 2005	12 månader Jan 2004- Dec 2004
Bruttovinstmarginal	56,0%	50,2%	51,8%	50,8%	52,0%	51,6%
Rörelsemarginal	2,7%	0,3%	10,7%	5,3%	12,2%	10,0%
Vinstmarginal	4,4%	-4,5%	11,4%	7,0%	13,5%	11,8%
Räntabilitet på sysselsatt kapital					28,7%	20,6%
Räntabilitet på eget kapital					23,8%	19,3%
Soliditet	64,7%	54,0%	64,7%	54,0%	64,7%	57,7%
Medelantal anställda, heltid vid periodens utgång	42	35	42	35	42	35
IB Antal aktier	1 431 036	1 364 860	1 431 036	1 364 860	1 431 036	1 364 860
UB Antal aktier	1 431 036	1 364 860	1 431 036	1 364 860	1 431 036	1 431 036
Vägt genomsnitt	1 431 036	1 364 860	1 431 036	1 364 860	1 431 036	1 367 062
EPS vägt genomsnitt antal aktier	0,64 kr	-0,51 kr	4,24 kr	2,00 kr	9,37 kr	7,36 kr

Definitioner

Bruttovinstmarginal	Nettoomsättningen minus kostnaderna för sålda varor i förhållande till nettoomsättningen
Rörelsemarginal	Rörelseresultatet i förhållande till nettoomsättningen
Vinstmarginal	Resultatet före skatt i förhållande till nettoomsättningen
Räntabilitet på sysselsatt kapital	Resultatet efter finansnetto plus finansiella kostnader i procent av genomsnittligt sysselsatt kapital.
Räntabilitet på eget kapital	Nettovinsten enligt resultaträkningen i procent av genomsnittligt eget kapital
Soliditet	Det egna kapitalet i förhållande till det totala kapitalet.
Vinst per aktie (EPS)	Vinst efter skatt delat med Vägt genomsnitt antal aktier

1) Worldwide Brand Management AB (Publ) koncernen bildades 2004-06-30

2) Proformaredovisning har skett enligt samma principer som i Prospekt från nyemissionen i nov-dec 2004 samt i Årsredovisningen 2004. Emissionsprospektet finns publicerat på www.bjornborg.net. Huvudprincipen är dock att proforman tar hänsyn till att emissionen genomförts den första dagen i perioden dvs respektive 040101 och 040701.