

INASTASE ■

SERVER SETS GAMES POINTS

B. BORG ■

7

2

0

Inbjudan att teckna  
aktier i Worldwide  
Brand Management  
Holding AB (publ)

Nyemission i november/  
december 2004

EP

*Erik Penser*

FONDKOMMISSION



## Innehåll

|  |    |   |    |
|--|----|---|----|
| WBM Holding – sammanfattning av prospektet ..... | 2  | Etisk kod .....   | 42 |
| Inbjudan .....                                   | 5  | Legala frågor och kompletterande information .....                    | 43 |
| Bakgrund och motiv .....                         | 6  | Bolagsordning .....   | 46 |
| Villkor och anvisningar .....                    | 7  | Finansiell utveckling i sammandrag 1999–2003, proforma 2003–2004..... | 48 |
| Skattefrågor .....                               | 9  | Aktie- och ägarstruktur .....   | 52 |
| Styrelseordföranden har ordet.....               | 11 | Styrelse, ledande befattningshavare och revisorer.....                | 54 |
| VD har ordet .....                               | 12 | Delårsrapport 1 januari 2004 – 30 september 2004 .....                | 56 |
| Affärsidé, mål och strategi .....                | 13 | Balansräkning moderbolaget WBM Holding 2004-09-30 .....               | 62 |
| Historik .....                                   | 16 | Räkenskaper 2001–2003.....  | 63 |
| Marknad .....                                    | 17 | Revisorernas granskningsberättelse .....                              | 77 |
| Verksamhet .....                                 | 20 |   |    |
| Styrkor, svagheter, möjligheter och hot.....     | 38 |   |    |
| Framgångsfaktorer .....                          | 39 |   |    |
| Risikfaktorer .....                              | 40 |   |    |

## Definitioner

*Följande förkortningar används i den löpande texten*

|                                    |  |
|------------------------------------|--|
| WBM Holding eller Bolaget          | Worldwide Brand Management Holding AB (publ)   |
| WBM Holding-koncernen              | Worldwide Brand Management Holding AB-koncernen  |
| WBM Holding-aktien                 | Worldwide Brand Management Holding AB-aktien   |
| WBM                                | Worldwide Brand Management AB  |
| WBM-koncernen                      | Worldwide Brand Management AB-koncernen  |
| WBM Sweden                         | Worldwide Brand Management Sweden AB   |
| WBM Retail                         | WBM Retail AB  |
| WBM Clothing                       | Worldwide Brand Management Clothing AB   |
| Scandinavian Footwear              | To-Two L Invest AB med dotterbolag Scandinavian Footwear AB  |
| Fabulous                           | Fabulous Licensing B.V.  |
| Nätverket                          | Samtliga bolag som direkt eller indirekt har avtal med WBM avseende varumärket Björn Borg  |
| Nätverksförsäljning till detaljist | Den samlade grossistförsäljningen i nätverket exklusive moms   |
| Försäljning i konsumentled         | Faktisk redovisad grossistförsäljning exklusive mervärdesskatt inom nätverket, justerad till beräknad konsumentprisnivå inklusive mervärdesskatt |
| BTA                                | Betalade tecknade aktier   |
| KSEK                               | Tusen svenska kronor   |
| MSEK                               | Miljon svenska kronor  |
| SEK                                | Svenska kronor   |
| USD                                | USA-dollar   |
| HKD                                | Hongkong-dollar  |
| EUR                                | Euro   |
| Erik Penser Fondkommission         | Erik Penser Fondkommission AB  |
| VPC                                | VPC AB   |

### Villkor i sammandrag

|  |   |
|--|---|
| Teckningskurs:   | 68 SEK  |
| Teckningstid:  | 26 november – 10 december 2004  |
| Anmälan och betalning:                                       | Teckning sker genom särskild anmälningsedel, varefter betalning skall ske senast tre dagar efter det att avräkningsnotan sänts ut |
| Första dag för handel i WBM Holding-aktien på Nya marknaden: | Omkring den 20 december 2004  |
| ISIN-kod:  | SE0001289190  |
| Kortnamn på Nya Marknaden:                                   | WBM   |

### Handel på Nya Marknaden

Nya Marknaden är en inofficiell handelsplats där mindre bolags aktier handlas via Stockholmsbörsens handelssystem SAXESS. Handeln sker elektroniskt på ett enkelt och kostnadseffektivt sätt och bedrivs kontinuerligt på samma sätt som för de börsnoterade företagen. Information om kurser, volym och orderdjup offentliggörs i realtid genom samma kanaler som för börsaktier.

Stockholmsbörsen ansvarar inte för övervakningen av bolagen på Nya Marknaden. Detta gör istället sponsorn, för WBM Holding Erik Penser Fondkommission, som är medlem vid och har avtal med Stockholmsbörsen. Sponsorn ansvarar för att Bolaget uppfyller kraven för att handla aktien på Nya Marknaden och att Bolaget löpande följer informationskraven, som motsvarar de för börsbolag.

### Tidpunkter för ekonomisk information

|                                   |                  |
|-----------------------------------|------------------|
| Bokslutskommuniké                 | 23 februari 2005 |
| Kvartalsrapport januari–mars 2005 | 19 maj 2005      |
| Ordinarie bolagsstämma 2005       | 19 maj 2005      |

Prospektet har registrerats hos Finansinspektionen i enlighet med bestämmelserna i 2 kap 4 § lagen (1991:980) om handel med finansiella instrument. Registreringen innebär inte att Finansinspektionen garanterar att sakuppgifterna i prospektet är riktiga eller fullständiga.

Prospektet innefattar uttalanden om framtidsutsikter avseende olika produkter, marknadssegment och hela marknader. Dessa är baserade på nuvarande marknadsförhållanden samt i övrigt kända omvärldsfaktorer. Lämnad information angående framtidsinriktade antaganden utgör subjektiva uppskattningar och prognoser för framtiden och är därmed förenade med osäkerhet. Uttryck som "bedöms" och "uppskattas" och liknande uttryck använd för att markera att informationen är att betrakta som uppskattningar och prognoser. Dessa är baserade på uppgifter som innehåller såväl kända som okända risker och osäkerhetsfaktorer. Någon försäkran att lämnade uppskattningar och prognoser avseende framtiden kommer att infråas lämnas inte, vare sig uttryckligen eller underförstått. Omständigheter som kan medföra att i detta prospekt lämnade bedömningar inte kan realiseras är bl a förändringar i efterfråge- och konjunkturutveckling samt utvecklingen av Bolagets verksamhet generellt eller inom vissa enheter, etc. Se Riskfaktorer. Mot bakgrund av detta rekommenderas presumtiva aktietecknare inför beslut om teckning av aktier med detta prospekt som grund att självständigt eller med stöd av rådgivare göra en egen bedömning av framtiden för Bolaget.

Erbjudandet riktar sig inte till personer vars medverkan förutsätter ytterligare prospekt, registrerings- eller andra åtgärder än vad som följer av svensk rätt. Det åligger envar att iaktta sådana begränsningar enligt lagar och regler utanför Sverige.

Prospektet får inte distribueras till eller inom land, bl a USA, Kanada, Australien och Japan, där distributionen eller Erbjudandet kräver åtgärd enligt föregående stycke eller strider mot lagar och regler i sådant land. Om sådan distribution ändå sker, kan anmälningsedel från sådant land komma att lämnas utan avseende.

Erbjudna aktier har inte registrerats och kommer heller inte att registreras i enlighet med United States Securities Act från 1933 i dess nuvarande lydelse, ej heller i enlighet med någon delstat i Amerikas Förenta Stater eller provins i Kanada. Följaktligen får aktier inte, direkt eller indirekt, utbudas, försäljas, säljas vidare eller levereras i eller till Amerikas Förenta Stater eller Kanada, om inte något undantag från gällande registreringskrav är tillämpligt.

Svensk materiell rätt är exklusivt tillämplig på detta prospekt och på Erbjudandet enligt prospektet.

Twist med anledning av Erbjudandet eller prospektet skall avgöras av svensk domstol exklusivt.

# WBM Holding – sammanfattning av prospektet

WBM Holding-koncernen är verksam inom produktutveckling, marknadsföring och försäljning av produkter under varumärket Björn Borg inom fem produktområden – Kläder, Skor, Väskor, Glasögon och Parfym.

## Affärsidé:

- Att lönsamt utveckla, driva och exploatera varumärket Björn Borg på den internationella modemarknaden

## Mål:

- Att förstärka varumärkespositionen och att etablera varumärket Björn Borg på ytterligare 3–5 marknader under den kommande treårsperioden för att därefter ytterligare öka den internationella expansionstakten
- Att uppnå en omsättningstillväxt på cirka 15 procent årligen mot slutet av den kommande treårsperioden
- Att efter den initiala expansionsfasen under den kommande treårsperioden uppnå en uthållig rörelsemarginal på minst 10 procent

## Strategi:

- Att växa på befintliga marknader – Sverige, Holland, Norge, Belgien, Finland, Danmark och Ungern
- Att växa genom etablering på nya marknader i Europa

## Framgångsfaktorer:

- Unik varumärkesposition
- Framgångsrik etablering som internationellt varumärke
- Stark verksamhet på befintliga marknader
- Stringent styrning för konsekvent varumärkesbyggande
- Affärsmodell med kontroll över värdekedjan och med expansionsmöjligheter

## Varumärket Björn Borg

Det registrerade varumärket Björn Borg etablerades i sin nuvarande form 1989. Björn Borg är ett kommersiellt modevarumärke i övre mellanprissegmentet med en kvalitetsimage byggd kring spännande och kreativ design som utstrålar kvalitet.

## Nätverket

WBMs verksamhet bedrivs idag genom ett nätverk av produktbolag och distributörsbolag som antingen formellt ingår i koncernen eller är fristående bolag. I detaljistledet är det endast konceptbutiker som ingår i Nätverket. Gemensamt för bolag i Nätverket är att de kommersialiserar varumärket Björn Borg genom att på olika sätt med stöd av licensavtal använda varumärket i sin verksamhet.

Den sammanlagda försäljningen av Björn Borg-produkter i konsumentledet uppskattades för 2003 till cirka 600 MSEK inklusive mervärdesskatt. Produktområdet Kläder står för i storleksordningen 56 procent av denna försäljning.

## Koncernen

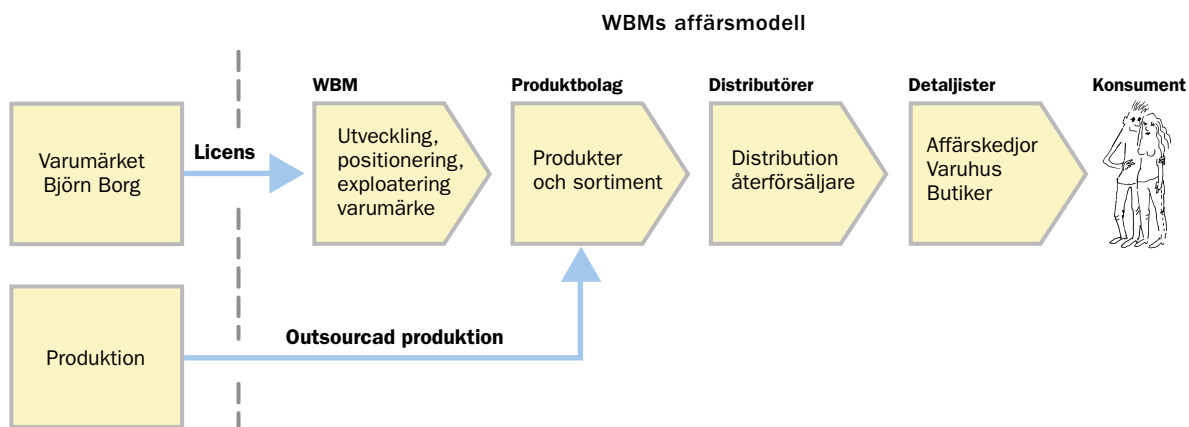
I WBM Holding-koncernen ingår varumärkesbolaget WBM med det helägda produktbolaget för Kläder WBM Clothing, distributionsbolaget för Kläder i Sverige WBM Sweden och detaljistbolaget WBM Retail med konceptbutiker. Därtill äger WBM 49,9 procent av produktbolaget Scandinavian Footwear (produktområde Skor) inklusive distributören för Skor i Sverige och 45 procent i det svenska lagerbolaget Anteros Lagerhantering AB. All tillverkning sker genom externa producenter. Idag sker en stor del av konfektionstillverkningen i Kina. Koncernen ställer långtgående kvalitets- och etiska krav på samtliga underleverantörer.

## Intäktmodell

WBM-koncernens intäkter är sammansatta av:

- royaltyintäkter för WBM, vanligtvis beräknat som en andel av distributörernas grossistförsäljning till detaljister,
- intäkter i hel- eller delägda produktbolag,
- intäkter i hel- eller delägda distributionsbolag samt
- intäkter från de ägda konceptbutikerna i detaljistledet.

## WBM Holding – sammanfattning av prospektet



### Resultatutveckling

WBM Holding förvärvade under slutet av andra kvartalet 2004 samtliga utestående aktier i WBM. WBM har sedan 1997 varit moderbolag i WBM-koncernen och har de exklusiva och internationella rättigheterna till varumärket Björn Borg. Den nuvarande WBM Holding-koncernen konsolideras från den 30 juni 2004, varför uppgifter för koncernen för perioden 2003-10-01 – 2004-09-30 och räkenskapsåret 2003 anges proforma, d v s som om WBM ägts av WBM Holding under hela perioden i fråga.

Resultatet efter finansnetto för WBM Holding-koncernen proforma uppgick för perioden oktober 2003-september 2004 till 12,5 MSEK. Motsvarande resultat proforma för räkenskapsåret 2003 uppgick till 12,0 MSEK. Vinst per aktie beräknat på emissionskursen 68 SEK uppgick proforma 2003/2004 till 6,60 SEK motsvarande ett p/e-tal på 10,4. Motsvarande vinst per aktie proforma för 2003 uppgick till 6,30 SEK. Se nedanstående uppställning.

WBM-koncernen har visat en god resultatillväxt under perioden 1999–2003. Resultatet efter finansiella poster uppgick 2003 till 12,7 MSEK baserat på en omsättning på 114,5 MSEK.

|                            | WBM Holding-koncernen proforma <sup>1)</sup> |       | WBM-koncernen faktiskt utfall |       |
|----------------------------|--|-------|-------------------------------|-------|
|                            | 2003-10-01–<br>2004-09-30                    | 2003  | 2003                          | 2002  |
| Omsättning (MSEK)          | 118,9  | 114,5 | 114,5                         | 110,0 |
| Resultat efter finansnetto | 12,5   | 12,0  | 12,7                          | 5,2   |
| Vinst per aktie (SEK)      | 6,60   | 6,30  |                               |       |
| P/E (emissionskurs 68 SEK) | 10,3   | 10,8  |                               |       |
| Antal aktier (Tusen)       | 1 365  | 1 365 |                               |       |

1) Proforma för perioden 2003-10-01–2004-09-30 har beräknats som om förvärvet av WBM-koncernen genomförts per 2003-10-01 och föreliggande emission genomförts fullteknad per detta datum. Motsvarande proformaräkenskaper för 2003 har räknats som om förvärvet och föreliggande emission genomförts per 2003-01-01. Se Finansiell utveckling i sammandrag 1999–2003, proforma 2003–2004.

### **Nyemission**

Styrelsen i WBM Holding har den 22 november 2004 med stöd av bolagsstämans bemyndigande fattat beslut att genomföra en nyemission till institutionella placerare och allmänheten för att tillföra Bolaget kapital. Syftet med nyemissionen är att möjliggöra genomförandet av Bolagets tillväxtstrategi med satsningar på nya och befintliga marknader. WBM Holding-aktien kommer därefter att handlas på Nya Marknaden.

Emissionslikviden kommer dels att disponeras för inträde på nya geografiska marknader, dels att användas för fortsatt kommersialisering av varumärket Björn Borg på befintliga marknader framförallt genom produktutveckling, varumärkespositionering och satsningar i produkt- och distributionsledet.

Emissionen omfattar högst 450 000 aktier till emissionskurs 68 SEK per aktie. Genom nyemissionen tillförs Bolaget en sammanlagd emissionslikvid om högst 30,6 MSEK före emissionskostnader. Dessa beräknas uppgå till 5,5 MSEK. Teckning av aktier i WBM Holding skall ske under perioden 26 november – 10 december 2004.

### **Emissionsgaranti**

Nyemissionen är garanterad till 30,6 MSEK motsvarande 100 procent, fördelat på Theodor Jeansson genom Purpose AB 20,0 MSEK och Håkan Roos 10,6 MSEK.

### **Prognos för 2004**

Bolagets policy är att inte lämna resultatprognoser. Mot bakgrund av den pågående ägarspridningen har bolaget emellertid valt att lämna sin bedömning av resultatutvecklingen för innevarande år. WBM Holding-koncernens resultat för helåret 2004 proforma bedöms komma att hamna i nivå med 2003 års resultat proforma under förutsättning att julhandeln utvecklas i linje med föregående år.

Styrelsen lämnar följande vägledning för den fortsatta utvecklingen. Försäljning och rörelseresultat i koncernen och i intressebolaget Scandinavian Footwear har en betydande säsongsvariation med motsvarande variationer i rörelseresultatet liksom för posten "resultatandel intressebolag". Ett antal expansiva investeringar planeras att genomföras.

# Inbjudan

Härmed inbjuds, enligt villkoren i detta prospekt, institutionella placerare och allmänheten att teckna aktier i Worldwide Brand Management Holding AB, 556658-0683.

Vid en extra bolagsstämma i WBM Holding den 4 november 2004 beslutades om bemyndigande för styrelsen att genomföra nyemission. Styrelsen har med stöd av detta bemyndigande den 22 november 2004 fattat beslut att genomföra en emission till institutionella placerare och allmänheten på 450 000 aktier till emissionskurs 68 SEK per aktie.

Emissionsbeslutet innebär att Bolagets aktiekapital ökas med högst 2 250 000 SEK genom emission av högst 450 000 aktier, envar aktie på nominellt 5,00 SEK. Aktiekapitalet kommer vid full teckning i nyemissionen därefter att uppgå till högst 6 824 300 SEK fördelat på 1 364 860 aktier. Emissionskursen om 68 SEK per aktie innebär att nyemissionen tillför Bolaget sammanlagt högst 30 600 000 SEK före emissionskostnader. De senare beräknas uppgå till 5,5 MSEK. Vid full teckning av emissionen utgör de nyemitterade aktierna 33,0 procent av kapitalet och rösterna i Bolaget.

Nyemissionen är garanterad till 30,6 MSEK motsvarande 100 procent, fördelat på Theodor Jeansson genom Purpose AB 20,0 MSEK och Håkan Roos 10,6 MSEK.

Teckning av aktier i WBM Holding skall ske under perioden 26 november–10 december 2004. Se vidare under Villkor och anvisningar.

Styrelsen hänvisar i övrigt till redogörelsen i detta prospekt, vilket har upprättats av styrelsen med anledning av emissionen.

*Styrelsen i Worldwide Brand Management Holding AB (publ.) är ansvarig för den information som lämnas i detta prospekt och försäkras härmed att, såvitt är känt av styrelsen, uppgifterna i prospektet överensstämmer med faktiska förhållanden och att inget av väsentlig betydelse är utelämnat som skulle kunna påverka den bild av WBM Holding som skapas i prospektet.*

Stockholm den 22 november 2004

**Worldwide Brand Management Holding AB (publ)**

*Styrelsen*

## Bakgrund och motiv

WBM Holding förvärvade i slutet av andra kvartalet 2004 samtliga utestående aktier i WBM som har drivit verksamhet sedan 1997 och som har de exklusiva och internationella rättigheterna till varumärket Björn Borg. WBM bygger verksamheten på produktutveckling, marknadsföring och försäljning av varumärket Björn Borg inom produktområdena Kläder, Skor, Väskor, Glasögon och Parfym.

Omsättningen för WBM Holding-koncernen uppgick proforma 2003 till 114,5 MSEK med ett resultat efter finansiella poster på 12,0 MSEK. Den sammanlagda försäljningen av Björn Borg-produkter i konsumentledet uppskattas för 2003 till 600 MSEK inklusive mervärdesskatt. Kläder svarar för 56 procent av varumärkets omsättning.

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

Styrelsen för WBM Holding har därför inom ramen för bolagsstämmans bemyndigande fattat beslut att genomföra en nyemission till institutionella placerare och allmänheten med därefter följande handel i aktien på Nya Marknaden.

Syftet med nyemissionen är att tillföra Bolaget kapital för att möjliggöra genomförandet av Bolagets tillväxtstrategi. Målet är att etablera WBM Holding-koncernen och varumärket Björn Borg på nya marknader, initialt genom lansering av produktområdet Kläder och då främst underkläder, men även att öka omsättningen på befintliga marknader, framförallt genom produktutveckling, varumärkespositionering, marknadsföring och distribution samt etablering av nya konceptbutiker. En del av strategin är även att växa genom förvärv, först och främst i produktbolags- och distributionsledet.

Bolaget kan som ett publikt bolag med handel i aktien på Nya Marknaden och med kapitalmarknaden som finansieringskälla öka takten och skapa ytterligare tillväxt i omsättning och resultat. Emissionslikviden kommer att användas för inträde på nya geografiska marknader, satsningar i produktbolags- och distributionsledet samt för fortsatt kommersialisering av varumärket Björn Borg på befintliga marknader genom framförallt produktutveckling och varumärkespositionering.



# Villkor och anvisningar

## **Erbjudandet**

Institutionella placerare och allmänheten erbjuds att teckna aktier i WBM Holdings nyemission på sammanlagt högst 450 000 aktier å nominellt 5 SEK vardera, till teckningskurs 68 SEK per aktie. Vid full teckning kommer Bolaget att tillföras en emissionslikvid inklusive överkurs på 30 600 000 SEK före emissionskostnader. Antalet nyemitterade aktier kommer vid full teckning att motsvara 33,0 procent av det totala antalet aktier i WBM Holding efter genomförd nyemission.

## **Emissionskurs**

Emissionskursen uppgår till 68 SEK per aktie.

## **Anmälan**

Anmälan kan ske under perioden 26 november – 10 december 2004 och skall ske på särskild anmälningssedel som tillhandahålls med detta prospekt. Anmälan måste avse minst 100 aktier. Aktier tilldelas i poster om 100 aktier. Anmälan skall vara Erik Penser Fondkommission tillhanda på nedanstående adress senast den 10 december 2004.

Erik Penser Fondkommission AB  
Emissioner  
Box 7405  
103 91 Stockholm

Ytterligare anmälningssedlar och prospekt kan beställas på telefonnummer 08-463 80 00 eller laddas ned från

[www.penser.se](http://www.penser.se)  
[www.bjornborg.net](http://www.bjornborg.net)

Inlämnad anmälningssedel är bindande. Ofullständigt eller felaktigt ifyllt anmälningssedel kan komma att lämnas utan avseende. Endast en anmälningssedel per person kommer att beaktas. Inga tillägg eller ändringar får göras i den på anmälningssedeln förtryckta texten.

## **Tilldelning av aktier**

Tilldelning av aktier beslutas av styrelsen för WBM Holding i samråd med Erik Penser Fondkommission, varvid syftet är att uppnå erforderlig spridning av ägandet i WBM Holding, att skapa förutsättningar för tillfredsställande likviditet i handeln med Bolagets aktie och att uppnå en önskad andel institutionella ägare.

Beroende på efterfrågan på aktier i WBM Holding kan tilldelning komma att ske med ett lägre antal aktier än vad anmälan avser. Tilldelning kan dessutom helt eller delvis komma att ske genom slumpmässigt urval. Vid tilldelning kan Bolagets affärskontakter och anställda samt Erik Penser Fondkommissions kunder komma att prioriteras. Anställda hos Erik Penser Fondkommission kommer inte att tilldelas några aktier.

## **Besked om tilldelning**

Så snart fördelningen av aktier fastställts kommer en avräkningsnota utvisande tilldelning av aktier i WBM Holding att sändas ut till dem som erhållit tilldelning. Detta beräknas ske omkring den 14 december 2004. De som inte tilldelats aktier erhåller inget meddelande.

## **Likvid**

Full betalning för tilldelade aktier skall erläggas senast den 17 december 2004 enligt anvisning på avräkningsnota. Om depå eller konto i Erik Penser Fondkommission anges på anmälningssedeln kommer likvid att dras direkt från kontot.

Observera att om full betalning inte erläggs i rätt tid, kan tilldelade aktier komma att överlåtas till annan. Skulle försäljningspriset vid sådan försäljning komma att understiga försäljningspriset enligt Erbjudandet, kan den som erhållit tilldelning av aktierna i Erbjudandet komma att få svara för mellanskillnaden.

## Villkor och anvisningar

### **Erhållande av aktier**

Sedan betalning erlagts och registrerats, vilket normalt sker några bankdagar efter betalning, skickas en VP-avi ut som visar att de betalda aktierna (BTA) finns tillgängliga på köparens VP-konto. Bolaget är anslutet till VPCs kontobaserade värdepapperssystem, varför inga aktiebrev utfärdas.

Efter att nyemissionen registrerats hos Bolagsverket kommer BTA utan avisering från VPC att omvandlas till vanliga aktier. Till aktieägare vars innehav är förvaltarregistrerat sker aviseringen enligt respektive förvaltares rutiner.

### **Handel**

WBM Holding-aktien kommer efter genomförd emission att handlas på Nya Marknaden. Handel beräknas ske fr o m den 20 december 2004. Handelspostens storlek har föreslagits till 100 aktier. Köp och försäljning av aktier kommer dock även att kunna ske i mindre poster.

### **Rätt till utdelning**

De emitterade aktierna enligt detta prospekt medför rätt till utdelning från och med för räkenskapsåret 2004. Eventuell utdelning betalas ut efter ordinarie bolagsstämma, första gången under 2005 och ombesörjs av VPC eller för förvaltarregistrerade innehav i enlighet med respektive förvaltares rutiner.

Styrelsen i WBM Holding avser inte föreslå någon utdelning för räkenskapsåret 2004.

### **Emissionsgaranti**

Nyemissionen är garanterad till 30,6 MSEK motsvarande 100 procent, fördelat på Theodor Jeansson genom Purpose AB 20,0 MSEK och Håkan Roos 10,6 MSEK.

### **Villkor för fullföljande av emissionen**

Erbjudandet är villkorat av att inga omständigheter inträffar som kan medföra att tidpunkten för genomförandet av emissionen bedöms som olämplig. Sådan omständighet kan t ex vara av ekonomisk, finansiell eller politisk art och avse såväl omständighet i Sverige som utomlands liksom att styrelsen i WBM Holding bedömer att intresset att delta i emissionen är otillräckligt. Erbjudandet kan således komma att helt eller delvis återkallas. Meddelande kommer i sådant fall att offentliggöras så snart som möjligt genom pressmeddelande.

# Skattefrågor

Nedan sammanfattas skattefrågor för skattskyldiga i Sverige som enligt nu gällande svensk skattelagstiftning aktualiseras i samband med föreliggande erbjudande om teckning av aktier i WBM Holding och följande handel på Nya Marknaden.

Beskrivningen omfattar inte utländska aktieägare eller aktier som innehas som omsättningstillgång eller innehas av handelsbolag. Texten omfattar inte heller de särskilda lättnadsregler som kan bli tillämpliga vid utdelning och kapitalvinst.

Sammanfattningen är alltså inte uttömmande och endast avsedd som allmän information. Särskilda skattekonsekvenser som inte är beskrivna kan uppkomma för olika kategorier av aktieägare. Varje aktieägare rekommenderas därför att rådfråga skatterådgivare angående de skattemässiga konsekvenser som erbjudandet kan innebära.

## Beskattning av utdelning

### Fysiska personer

Fysiska personer hemmahörande i Sverige och svenska dödsbon beskattas för utdelning i inkomstslaget kapital med 30 procent. Särskilda regler gäller för fysiska personer som är ägare i s k fåmansföretag.

### Juridiska personer

Utdelning avseende näringsbetingade aktier är i normalfallet undantagen från beskattning för aktiebolag och andra juridiska personer utom dödsbon. Onoterade aktier i svenska bolag är alltid näringsbetingade, medan marknadsnoterade aktier anses näringsbetingade under förutsättning att innehavet motsvarar 10 procent av röstetalet eller betingas av rörelsen. Utöver detta krävs för skattefrihet avseende marknadsnoterade aktier att aktien innehas av den juridiska personen och anses som näringsbetingad i dess hand i minst tolv månader. Om aktierna avyttras eller upphör att anses som näringsbetingade före denna tidpunkt anses en skattepliktig utdelning ha erhållits i samband med denna händelse.

Det bör vidare observeras att aktier som i skattehänseende är att ses som omsättningstillgång, s k lageraktier inte omfattas av ovanstående undantagsregler.

Om förutsättningar för skattefrihet inte är uppfyllda beskattas utdelningar med 28 procent i inkomstslaget näringsverksamhet.

För en juridisk person som innehar en aktie som ändrar karaktär till följd av en marknadsnotering kan karaktärsbytet innebära att aktien inte längre är att anses som näringsbetingad och att förutsättningar för skattefrihet för utdelning därmed upphör.

## Beskattning vid avyttring av aktier

Vid försäljning av en aktie som förvärvats genom aktieteckning enligt detta erbjudande kan en kapitalvinst respektive kapitalförlust uppkomma.

Kapitalvinst eller kapitalförlust vid avyttring av aktier beräknas som skillnaden mellan försäljningspriset minskat med försäljningskostnader och omkostnadsbeloppet. Med omkostnadsbelopp avses utgifter för anskaffningen.

Om en aktieägares innehav av aktier i WBM Holding har anskaffats vid olika tillfällen beräknas omkostnadsbeloppet enligt den s k genomsnittsmetoden. Det innebär att anskaffningskostnaden per aktie anses utgöras av den genomsnittliga anskaffningskostnaden för samtliga aktier av samma slag och sort.

För marknadsnoterade aktier får omkostnadsbeloppet på den skattskyldiges begäran i stället bestämmas till 20 procent av försäljningspriset efter avdrag för försäljningskostnader.

### Fysiska personer

Vid försäljning av aktier beskattas fysiska personer och dödsbon för hela kapitalvinsten i inkomstslaget kapital. Skattesatsen är 30 procent. Särskilda regler gäller för fysiska personer som är ägare i s k fåmansföretag.

Kapitalförluster på aktier får kvittas fullt ut mot vinster på marknadsnoterade delägaraktier, d v s aktier och andra aktiebeskattade instrument, med undantag för andelar i räntefonder och onoterade aktier. Detta gäller oavsett om kapitalförlusterna respektive kapitalvinsterna härrör från marknadsnoterade eller onoterade tillgångar/instrument.

Överskjutande kapitalförluster är avdragsgilla till 70 procent mot annan inkomst av kapital. Uppkommer underskott i inkomstslaget kapital medges skattekompensation, d v s avdrag på skatten på inkomst av tjänst, näringsverksamhet och fastighetsskatt. Skattekompensation medges med 30 procent av den del av underskottet som inte överstiger 100 000 SEK och med 21 procent av återstoden. Underskott kan inte sparas till ett senare beskattningsår.

## Skattefrågor

### Juridiska personer

Kapitalvinster på näringsbetingade andelar är undantagna från beskattning för aktiebolag och andra juridiska personer utom dödsbon. Onoterade aktier i svenska aktiebolag utgör alltid näringsbetingade andelar medan marknadsnoterade aktier anses utgöra näringsbetingade andelar under förutsättning att innehavet motsvarar antingen 10 procent av rösterna eller betingas av rörelsen. Utöver detta krävs för skattefrihet avseende marknadsnoterade aktier att aktien innehas av den juridiska personen och ansetts som näringsbetingad i dess hand i minst tolv månader. Kapitalförluster på motsvarande aktier är inte avdragsgilla.

Det bör vidare observeras att aktier som i skattehänseende är att betrakta som omsättningstillgångar (s k lageraktier) inte omfattas av ovanstående undantagsregler.

När förutsättningar för skattefrihet inte är uppfyllda beskattas kapitalvinster med 28 procent i inkomstslaget näringsverksamhet. Avdrag för kapitalförluster medges endast mot kapitalvinster på delägarätter, d v s aktier och andra aktiebeskattade värdepapper hos den juridiska personen eller hos annan juridisk person i förhållande till vilken koncernbidragsrätt föreligger. Kapitalförluster som inte kan utnyttjas på detta sätt ett visst år kan utnyttjas mot kapitalvinster på delägarätter under följande beskattningsår utan begränsning i tiden.

Det bör dock observeras att förluster på aktier som i skattehänseende är att ses som omsättningstillgång, s k lageraktier inte omfattas av ovanstående begränsningar ifråga om avdragsrätten.

Om en aktie ändrar karaktär från näringsbetingad till icke näringsbetingad t ex p g a marknadsnotering anses aktien anskaffad för marknadsvärdet vid tidpunkten för karaktärsbytet. Karaktärsbytet i sig föranleder inte beskattning. För en juridisk person som innehar en aktie som ändrar karaktär till följd av en marknadsnotering kan dock karaktärsbytet innebära att aktien inte längre är att anses som näringsbetingad och att förutsättningar för skattefrihet för kapitalvinster därmed upphör.

### Förmögenhetsbeskattning

Aktie som är marknadsnoterad men inte inregistrerad vid börs är befriad från förmögenhetsskatt. WBM Holding kommer att handlas på Nya Marknaden. Skatteverket har tidigare uttalat att aktier som handlas på Nya Marknaden anses vara marknadsnoterade och därmed befriade från förmögenhetsskatt.

### Arvs- och gåvobeskattning

Aktie som omsätts marknadsmässigt utan att vara inregistrerad eller noterad på börs värderas vid arvs- och gåvobeskattning till 30 procent av noterat värde. Aktie som handlas på Nya Marknaden får normalt anses vara marknadsmässigt omsatt och därmed värderad till 30 procent av det handlade värdet.

I propositionen 2004/05:25 har regeringen föreslagit riksdagen att arvs- och gåvoskatten skall slopas från och med den 1 januari 2005. Förslaget kommer att behandlas av riksdagen under december månad 2004.

### Anställda i WBM

Förmånsbeskattning för anställda, inklusive styrelseledamöter och styrelsesuppleanter, som tilldelas aktier genom erbjudandet kan komma att aktualiseras. Sådan beskattning aktualiseras dock ej om ovan nämnda grupp förvärvar högst 20 procent av utbudna aktier och den anställda individuellt förvärvar aktier för högst 30 000 kronor.

## Styrelseordföranden har ordet

Under mitt yrkesverksamma liv har jag i huvudsak arbetat med varumärken och konceptutveckling. Det har gällt allt ifrån fysiska produkter som säljs i detaljhandeln till digitala produkter med försäljning över internet.

Jag är en av grundarna till den verksamhet som idag omfattar distribution och utveckling av varumärket Björn Borg inom produktgrupperna kläder, skor, väskor, glasögon och parfym i sammanlagt sju länder.

Under min karriär har jag kommit i kontakt med många varumärken som lyckats internationellt men jag har i det sammanhanget sällan sett ett varumärke med så stor potential som Björn Borg. Namnet är globalt, inte bara som namn utan närmast som en ikon. De värden som namnet är laddat med har positiva, uthålliga och starka förtecken.

WBM-koncernen har vidareutvecklat varumärket genom stark produktutveckling, spetsig marknadsföring och sunt företagande. Vi har lyckats bygga och etablera ett av de starkare varumärkena inom sin nisch. Företaget har övertygat på sin hemmamarknad men även bevisat att varumärket lönsamt kan kommersialiseras i internationell miljö. WBM har lagt en stabil plattform för en sund expansion. I få svenska varumärken ser jag samma inneboende möjligheter.

WBM Holding kommer nu att accelerera utvecklingstakten och initiera ett antal marknadssatsningar. Bolaget har för avsikt att säkerställa den kortsiktiga tillväxten genom fortsatt kommersialisering av varumärket Björn Borg genom intensifierad produktutveckling och utökade distributionskanaler, t ex genom fler konceptbutiker. Den långsiktiga tillväxten ska ske genom en internationell expansion av varumärket Björn Borg.

Bolaget kommer genom föreliggande nyemission och handel på Nya Marknaden att bli mer publikt känt och också utgöra ett placeringsalternativ till andra handlade bolag av liknande karaktär. Bolaget kommer också att för framtiden få tillgång till kapitalmarknaden som finansieringskälla.

Min tro och ambition är att varumärket Björn Borg ska utvecklas till ett än mer etablerat varumärke i stora delar av världen. Vi har etablerat en god plattform utifrån relativt begränsade finansiella resurser. Med förstärkta resurser kan vi driva på utvecklingen och etablera ännu ett starkt svenskt varumärke på den internationella arenan.

Jag ser mycket positivt på WBM Holdings potential och möjligheter och hyser stor tillförsikt inför framtiden. Välkommen att teckna aktier i WBM Holdings nyemission!

Stockholm den 22 november 2004

Vilhelm Schottenius  
Styrelseordförande

## VD har ordet

WBM Holding med koncernbolag utgör en stark koncern baserad på Björn Borg som varumärke. Styrkan i WBM Holding-koncernen, förutom själva varumärket, är den mycket professionella och dedikerade personal som finns i både WBM Holding-koncernen och inom vårt Nätverk.

Många av oss har sett Björn Borg live eller upplevt honom i media. Samtidigt ska man komma ihåg att de flesta av våra konsumenter inte ens var födda då Björn slog in den där matchbollen på gräset i Wimbledon. Vi inom WBM Holding-koncernen skiljer på personen och varumärket Björn Borg. Varumärket lever sitt eget liv, ett liv som skapats av en image, kvalitetsprodukter och av en stolthet bland oss som arbetar med varumärket över vad varumärket står för. Vi är bara cirka 35 anställda i WBM Holding-koncernen, men i nätverket är vi cirka 100 personer som alla arbetar engagerat för varumärket och dess framgång.

Den nuvarande WBM-koncernen har byggts upp under sju år sedan starten 1997, men vissa verksamheter startade redan 1989. Min företrädare Anders Arnborger startade då Scandinavian Underwear CO AB, idag WBM Sweden, tillsammans med en partner och lanserade den första underklädeskollektionen. Parallellt drev Vilhelm Schottenius med partner skoverksamheten inom Scandinavian Footwear. Det är dessa två entreprenörer som varit basen i den verksamhet som idag bedrivs inom WBM Holding-koncernen. Jag kom in i WBM-koncernen 1999, först som CFO och sedan maj 2004 är jag vd för WBM Holding.

Trots knappa finansiella förutsättningar har vi åstadkommit en god volymtillväxt och ett starkt resultat. Resultatet efter finansiella poster uppgick 2003 till cirka 12,7 MSEK baserat på en omsättning för WBM-koncernen på 114,5 MSEK. Ett annat intressant mått är den totala försäljningen av Björn Borg-produkter till konsument, som för 2003 uppskattats till 600 MSEK inklusive mervärdesskatt.

Varför för vi detta resonemang? Svaret är enkelt. Det handlar om vår marknadsposition som varumärke. Som beskrivs i detta prospekt genererar vi vår omsättning i flera led i värdekedjan och i olika prisnivåer, vilket inte gör det helt enkelt att rättvist jämföra WBM Holding-koncernen med andra liknande bolag.

Vi är en relativt liten organisation som arbetar väldigt engagerat och kostnadseffektivt. Man får inte glömma, när man jämför oss med andra, att vi genererar en vinst idag på cirka 10 procent av omsättningen trots att vi betalar royalty för att nyttja varumärket Björn Borg.

För oss är handeln på Nya Marknaden en startpunkt som ska inspirera oss att fortsätta det framgångsrika arbetet med att utveckla varumärket Björn Borg.

WBM Holding-koncernen, inklusive de ursprungliga dotterbolagen, är och har alltid varit ett entreprenörsföretag. Fördelarna är den genuina småföretagarandan och alla de positiva värden denna innebär. Men var sak har sin tid. Vi står nu redo för ett avstamp inför framtiden där vi avser föra WBM Holding och varumärket Björn Borg till en ny nivå.

En förutsättning för vår framgång är tillskott av kapital genom den föreliggande nyemissionen. Jag har stark tilltro till varumärket och WBM Holding inför framtiden och jag välkomnar alla som vill vara med på vår spännande resa till nya nivåer.

Stockholm den 22 november 2004

Nils Vinberg  
*Verkställande direktör*

# Affärsidé, mål och strategi

## Affärsidé

WBM Holding-koncernens affärsidé är att lönsamt utveckla, driva och exploatera varumärket Björn Borg på den internationella modemarknaden.

Visionen är att befästa varumärket Björn Borg som ett globalt etablerat modevarumärke i övre mellanpris-segmentet.

## Mål

### Operationella mål

- ▶ Att förstärka varumärkespositionen och att etablera varumärket Björn Borg på ytterligare 3–5 marknader under den kommande treårsperioden för att därefter ytterligare öka den internationella expansionstakten.

### Finansiella mål

- ▶ Uppnå en omsättningstillväxt för koncernen på 15 procent årligen mot slutet av den kommande treårsperioden.
- ▶ Efter den initiala expansionsfasen under den kommande treårsperioden uppnå en rörelsemarginal om minst 10 procent.

## Strategi

De operationella och finansiella målen ska realiseras genom ett antal strategier.

### Tillväxt på befintliga marknader

Expansion på befintliga marknader – Sverige, Holland, Norge, Belgien, Finland, Danmark och Ungern – ska ske genom

- ▶ Satsningar på nya koncept och produktsegment inom befintliga produktgrupper
- ▶ Att öka kontrollen över varumärket i värdekedjan genom förvärv av strategiska produktbolag
- ▶ Att etablera fler konceptbutiker, egna och genom franchise, för att öka marknadsexponering och försäljning
- ▶ Att utveckla och effektivisera inköp och logistik i takt med tillväxten
- ▶ Att utveckla och lansera nya produktgrupper

### Tillväxt på nya marknader

Expansionen på nya marknader ska ske genom att:

- ▶ Förstärka och anpassa organisationen i takt med att exportstrategin realiserar
- ▶ Genomföra analys och utvärdering av nya marknader i Europa utifrån urvalskriterierna:
  1. Struktur i detaljistledet
  2. Olika marknaders generella förutsättningar för tillväxt t ex demografi, medelinkomst, konsumtionsmönster
  3. Konkurrenssituation
  4. Tillgång till distributörer/agenter med kritisk lokal marknadskännedom
- ▶ Lanseringsstrategin är att inleda med produktgruppen Underkläder och därefter successivt lansera flera produktgrupper
- ▶ Samarbeta med starka lokala distributörer med marknadskännedom
- ▶ Etablera konceptbutiker för att positionera varumärket och skapa konsumentkontakt

### Varumärke

- ▶ WBM ska centralt ansvara för kvalitetssäkring och positionering av varumärket Björn Borg

### Produkter/produktion

- ▶ All design och produktutveckling ska ske i produktbolagen som också är produktspecialister
- ▶ WBM ska äga strategiskt viktiga produktbolag
- ▶ All produktion ska ske utanför WBM-koncernen

### Distribution

- ▶ Alla produktbolag ska även fungera som distributör på sin hemmamarknad
- ▶ På övriga marknader ska distribution ske genom lokalt starka och oberoende distributörer



PR events are



A group of people are gathered in a cave-like setting with large stone pillars and warm, glowing lights. In the foreground, a man and a woman are relaxing in a hot tub filled with white foam. The woman is holding a drink. The overall atmosphere is relaxed and social.

is a boring necessity”

*Bone Bone*

BONE BONE True Fashion

## Historik

**1989** etableras varumärket Björn Borg i nuvarande tappning och den första kollektionen Björn Borg underkläder lanseras. Verksamheten startas av de två entreprenörerna Anders Arnborg och Louise Hildebeck i det bolag som idag heter WBM Sweden och fortfarande är den svenska distributören av kläder.

**1994** öppnas den första konceptbutiken, Stockholms Kalsongpalats. 1994 lanseras Björn Borg Badkläder i Sverige och året efter lanseras Björn Borg Väskor.

**1996** finns varumärket representerat hos mer än 2 000 återförsäljare runt om i Europa. Björn Borg Skor, som funnits sedan starten, lanseras i övriga Norden och Björn Borg Glasögon lanseras i Sverige.

**1997** på hösten startas verksamheten i WBM i samband med att tidigare licensavtal mellan Fabulous och ett antal produktbolag omförhandlas och WBM blir exklusiv licenstagare till varumärket Björn Borg. WBM svarar för bl a varumärkesbyggande, marknadsföring, utveckling av nya produktområden och strategiska frågor.

**1998** försökte bolaget med svenskt management bygga upp den engelska marknaden. Man frångick i och med denna satsning bolagets affärsmodell med geografiska specialister.

**1999** lanseras Björn Borg Fritidskläder och året där efter introduceras nuvarande affärsmodell.

Efter utebliven försäljningsframgång i förening med betydande kostnader lades det engelska bolaget ned **2000**.

**2001** går WBM Skor och den svenska skodistributören Scandinavian Footwear samman och WBM äger efter detta 49,9 procent av det nya bolaget.

**2002** öppnas två nya konceptbutiker i Sverige.

**2003** öppnas ytterligare en konceptbutik i Stockholm.

I slutet av andra kvartalet **2004** förvärvar WBM Holding kontant 56 procent av de utestående aktierna i WBM. Resterande andel av bolaget förvärvas genom apportionering, varvid ägare i WBM erhåller aktier i WBM Holding.

## Marknad

WBM agerar på den internationella modemarknaden inom produktgrupperna Kläder, Skor, Väskor, Glasögon och Parfym. Tre fjärdedelar av Försäljningen i konsumentledet avser Kläder och Skor. De andra produktområdena, Väskor, Glasögon och Parfym, beskrivs ej separat i detta avsnitt.

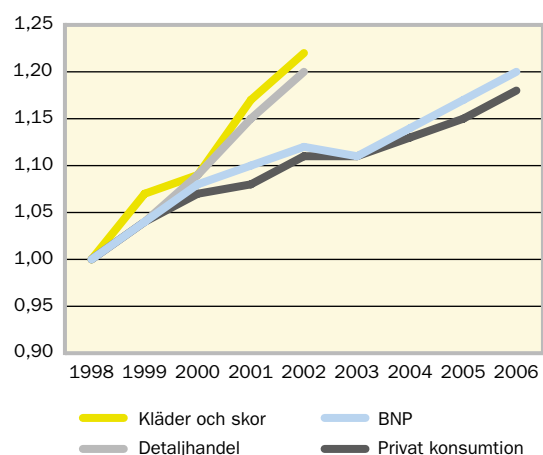
### Drivkrafter och trender

Framförallt två trender inom modevärlden är viktiga vid bedömning av varumärket Björn Borg.

För det första innebär ett allmänt ökat intresse för varumärken, design och kvalitet att dagens konsument är medveten och kräsen. Modemedvetenhet och emotionella värden blir allt viktigare när konsumenten väljer varumärke. Livsstil är alltmer avgörande för konsumtion och märkessval.

För det andra har geografiska skillnader vad gäller preferenser i mode och kläder minskat i takt med den ökade internationaliseringen. Trender sprids allt snabbare genom Internet, film, tv och musik. Livsstil och internationella trender är av större betydelse än i vilket land konsumenten bor. Denna internationalisering, som präglar branschen under senare år, förväntas fortsätta framgent.

### BNP, privatkonsumtion, detaljhandel, kläder och skor



(Källa: Eurostat, prognoser från Consensus Forecasts – april 2004)  
BNP och Privat konsumtion i fasta priser och växelkurser 1995, detaljhandel, kläder och skor i löpande priser.

### Storlek och tillväxt

Modebranschen, liksom andra branscher, påverkas av ett antal makroekonomiska faktorer som t ex BNP-tillväxt och privatkonsumtion och därmed detaljhandelns utveckling.

Klädes- och skomarknaden för WBMs största marknader, Sverige, Danmark, Finland, Norge, Holland och Belgien, med 98 procent av Försäljningen i konsumentledet 2003, uppgick 2002 till 26,1 miljarder EUR.

Under perioden 1998–2003 har utvecklingen för BNP och den privata konsumtionen i dessa länder visat en stigande trend. Den privata konsumtionen prognostiseras öka med 1,2 procent under 2004, 1,9 procent under 2005 och 2,1 procent under 2006. Sverige är det land som förväntas uppnå högst privatkonsumtionstillväxt under samtliga prognosår med över 2 procent per år.

Detaljhandelns försäljning visade likaså en stigande trend i dessa länder under perioden 1998–2002. Detaljhandelns försäljning avseende enbart kläder och skor<sup>1)</sup> följer i stort detaljhandelns utveckling. Med utgångspunkt i hur förändringen av detaljhandelns försäljning har förhållit sig till den privata konsumtionen under perioden 1998–2002, kan antas att även detaljhandelns försäljning kommer att öka under perioden 2004–2006. Detta torde i sin tur medföra en ökad försäljning av kläder och skor.

Den totala klädes- och skomarknaden i Europa är mycket stor. Syftet med att jämföra befintliga WBM-marknader med andra marknader i Europa är enbart att visa på potentialen för WBM att öka omsättningen genom etablering i länder som Tyskland, Frankrike och Italien.

Den sammanlagda detaljhandeln för Kläder och Skor på WBM-koncernens befintliga marknader uppgick till 26,1 miljarder EUR under 2002. Detta skall ställas i relation till konsumentförsäljningen på de enskilda marknaderna Storbritannien, Tyskland, Frankrike och Italien. Vart och ett av dessa länder utgör lika stor marknad som WBM-koncernens befintliga marknader tillsammans. Observera att ovanstående endast är ett exempel för att belysa WBMs expansionsmöjligheter. Vid expansion till nya marknader kan t ex länder i Östeuropa eller övriga världen bli aktuella lika väl som länder i Väst-europa.

1) Försäljningen för kläder och skor i Belgien och Finland saknas för 2002. Värdet har därför beräknats med utgångspunkt i tillväxten för kläder och skor i Nederländerna mellan 2001 och 2002, då Nederländerna är det land där WBM finns representerat som visar lägst tillväxt under 2002.

## Marknad

### Konkurrensposition

De flesta modevarumärken finns inom ett bestämt segment av marknaden och fokuserar vanligtvis på att stärka sin image utifrån den valda positionen. De flesta konsumenter har en relativt konstant preferens i sina inköp vad gäller prisnivå och modegrad och väljer därför ofta bland märken inom samma segment. Få konsumenter är trogna endast ett varumärke.


Varumärket Björn Borg har en position som bygger på sportlegenden Björn Borg och hans status som välkänd stjärna i större delen av världen. Med tanke på Björn Borgs framgång under sin aktiva tid som spelare och hans stjärnstatus i stora delar av världen, har varumärket en stark plattform för fortsatt internationell expansion.

Idag står varumärket i allt högre grad på egna ben skilt från personen Björn Borg. En allt större andel konsumenter associerar namnet till varumärkets produkter i stället för Björn Borg som person.

Modevarumärket Björn Borg vänder sig främst till individer som söker kvalitetsprodukter som upplevs rätt i tiden och som representerar en ung, sportig och trendy stil. Pris- och modemässigt är produkterna positionerade i övre mellansegmentet. Varumärkets image är byggd kring spännande och kreativ design som utstrålar kvalitet.

Den svenska och internationella modemarknaden består av ett antal aktörer som konkurrerar och kompletterar varandra inom olika delsegment. WBMs främsta konkurrenter är internationella modemärken som t ex Calvin Klein, Hugo Boss, Diesel och Armani samt svenska modemärken som t ex Tiger och Filippa K. Bolaget bedömer att Björn Borg kan betraktas som marknadsledande avseende kvalitet och design inom sitt segment avseende huvudprodukten herrunderkläder på de geografiska marknader där varumärket är etablerat.

### WBMs bedömning av marknadssegmentering och -positionering

| Price      |  |  |   |   |                                 |
|------------|--|--|---|---|---------------------------------|
| High 13%   | Nina Richi<br>Pierre Cardin<br>Oscar Jacobsson | Gant<br>Ralph Lauren<br>Max Mara   | Hugo Boss<br>Emporio Armani<br>Calvin Klein<br>DKNY   | Prada<br>Gucci<br>Donna Karen<br>Georgio Armani<br>Burberry |                                 |
| Medium 53% | Marlboro Classic<br>Pringle                    | Peak Performance<br>MQ<br>Benetton<br>InWear/Matinique<br>Polo Sport<br>Esprit | <br>Diesel<br>Filippa K<br>Tiger | J. Lindeberg  |                                 |
| Low 34%    | Supermarkets<br>H&M                            | The Gap<br>Lindex<br>Vero Moda<br>H&M  | H&M<br>Vero Moda  | H&M   |                                 |
|            | Late adopters 24%                              | Trend followers 55%  | Trend setters 16%   | Innovators 5%   | Fashion orientation and content |



## Verksamhet

### **Varumärkeskunnande utgör kärnan i företaget**

Det helägda dotterbolaget WBM har en exklusiv rätt att producera, marknadsföra och sälja produkter under varumärket Björn Borg i enlighet med ett Brand License Agreement med Fabulous. Se avsnittet Legala frågor och kompletterande information.

Avtalet gäller till och med utgången av år 2020 med automatisk förlängning i tio år under förutsättning att det inte sägs upp tre år innan detta datum. WBMs rätt omfattar alla världens länder och de produkter som framgår i beskrivningen av Brand License Agreement. Varumärket Björn Borg omfattar enligt Brand License Agreement såväl Björn Borgs signatur som logotypen med Björn Borgs signatur samt annat användande av namnet Björn Borg i text, bild och symbol.

WBMs rätt enligt Brand License Agreement omfattar även en rätt för WBM att utse underlicenstagare, vilket WBMs verksamhet till stor del bygger på.

WBM svarar för vård av varumärket och att de i nätverket ingående bolagen uppfyller etiska krav m m. Arbetet med varumärkesplattformen, positionering, exponering och imagebyggande sker internt inom WBM Holding-koncernen. All tillverkning sker externt.

WBM driver idag egen produktutveckling inom produktområdet Kläder genom produktbolaget

WBM Clothing, egen distributörsverksamhet genom distributören WBM Sweden samt driver därtill ett antal egna s k konceptbutiker genom WBM Retail. Distribution sker i övrigt genom fristående distributörer med ansvar för inköp/lager/försäljning/medieval. Via konceptbutiker, andra detaljister, factory outlets, affärskedjor, varuhus och internet når Björn Borg-produkterna ut till konsument.

### **Varumärket Björn Borg**

#### **Positionering**

Varumärket Björn Borg registrerades i sin nuvarande form i slutet av 1980-talet och etablerades under den första halvan av 90-talet på den svenska modemarknaden. Kontinuiteten i varumärkesbyggandet innebär att varumärket idag har en tydlig profil som står för modeprodukter med starkt designuttryck. Varumärkets kännetecken är kvalitetsprodukter med en kreativ och innovativ design och bygger på det sportsliga arv som namnet Björn Borg står för. Idag står varumärket alltmör på egna ben, då det i tilltagande grad associeras till underkläder, skor, m m och i avtagande omfattning kopplas till Björn Borg som person.

#### **Varumärkesplattform – Brand Concept**

- ▶ **Sporty** Sport is movement but never any effort. Sport is walking to work, riding my bike, throwing frisbee in the park, playing with the dog. Sport is being young and strong and looking like it. Sport is knowing that I could work out if I wanted to, but deciding not to. Sport is fun and play.
- ▶ **Stylish** Style is knowing that you look good and not being afraid to show it. Style is feeling relaxed in any situation, knowing that your look reflects your personality without screaming out loud. Style is daring to have fun and enjoying the fact that everyone is looking.
- ▶ **Sexy** Sex is a simple t-shirt matched with nothing, the hint of a shoulder strap under layers of fabric, skin that is more glimpsed than exposed. Sex is pillow fights and newly washed hair and wrestling over the remote control. Sex is hot and steamy but never messy. Sex is flirting – everyday and everywhere.
- ▶ **Comfortable** Comfort is being yourself at all times and feeling great about it. Comfort is not having to worry about whether your top is too tight or too showy. Comfort is knowing that what you wear is making you look even better than you do wearing nothing. Comfort is clothes so comfortable you never want to take them off. Comfort is clothes you can use everyday.

## Verksamhet

### Reklamutformning

En av de viktigaste hörnstenarna i framgångsrikt varumärkesbyggande är kontinuitet. WBM har under ett antal år, mycket framgångsrikt, skapat reklam kring temat "The untold story of Björn Borg".

### Medieval

En av de viktigaste framgångsfaktorerna för varumärket Björn Borg är profilering genom innovativa och imagehöjande marknadsaktiviteter. De centralt producerade kampanjerna levandegörs på lokala marknader genom både traditionell reklamexponering i printmedia och okonventionella metoder som modevisningar och sponsorskap. Dessa aktiviteter genererar ofta redaktionell uppmärksamhet i olika media.

### Effekter

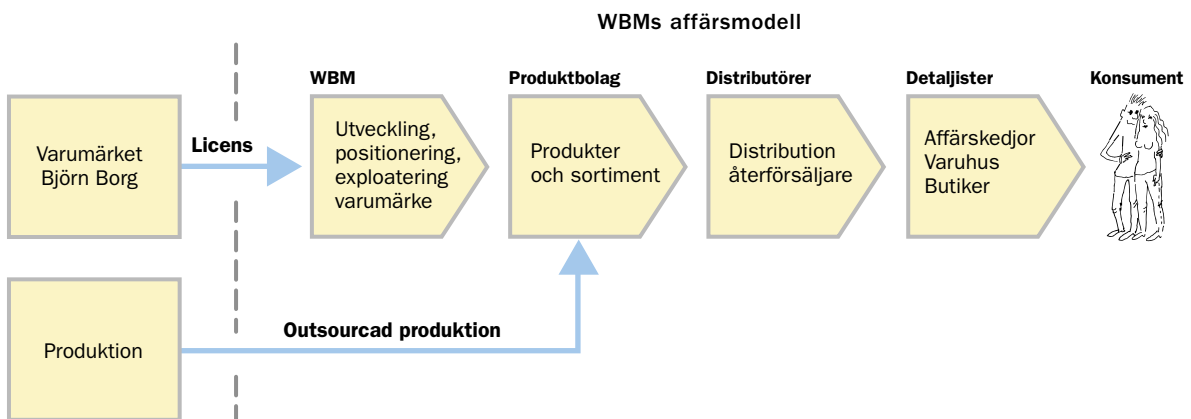
Det övergripande syftet med WBMs marknadskommunikation är att tränga igenom "det mediala brusets" och skapa en exponering som ger målgruppen en positiv attityd till varumärket. Målet är att understödja försäljningsmålen genom att stimulera efterfrågan från konsumenterna. Ett annat viktigt mål är att varumärket ska särskilja sig i butiksmiljö.

### Nätverkets organisation

WBMs verksamhet bedrivs idag genom ett Nätverk av produktbolag och distributörsbolag som antingen formellt ingår i koncernen eller är fristående bolag. I detaljistledet är det endast konceptbutiker som ingår i Nätverket. Gemensamt för bolag i Nätverket är att de kommersialiserar varumärket Björn Borg genom att på olika sätt med stöd av licensavtal använda varumärket i sin verksamhet.

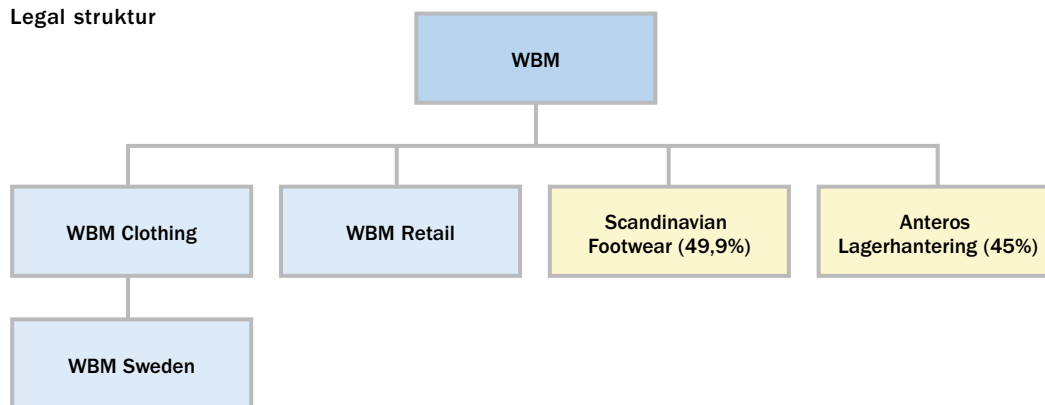
Nätverket består av följande fyra nivåer med olika uppgifter och kompetens

1. WBM – den centrala varumärkesspecialisten,
2. Produktbolag – design och produktutveckling,
3. Distributörer – geografiska och regionala specialister i grossistledet, samt
4. Egna konceptbutiker.



## Verksamhet

### Legal struktur



### Brand Management

WBM strävar efter att kontrollera hela kedjan från varumärkesidentitet till färdig produkt för att kvalitetssäkra varumärket Björn Borg. WBMs primära roll är att formulera en varumärkesstrategi och ett varumärkeslöfte, konkretiserat i riktlinjer och marknadsföringsmaterial till samarbetspartners i nätverket. Detta möjliggör ett sammanhållet och konsekvent varumärkesbyggande och riktlinjer för:

- ▮ kvalitet
- ▮ design
- ▮ positionering
- ▮ sortimentsbredd och sortimentsvolym
- ▮ marknadsföring/förpackning/distribution
- ▮ visuell merchandising
- ▮ trendinformation/pressinformation
- ▮ franchise management

### Produktbolag

Produktbolagen, såväl koncerninterna som helt externa, designar och utvecklar kollektioner och positionerar olika produkter utifrån riktlinjer från WBM. Produktbolagen bedriver sin affärsverksamhet främst i form av försäljning av de designade och tillverkade Björn Borg-produkterna till underlicenstagare/distributörer. Produktbolagen ska även ha en stöttande roll i sin relation till distributörer och detaljister. Vidare ska de svara för säljstöd, utbildning och kvalitetskontroll.

WBM har givit licenser avseende rätten att producera Björn Borg-produkter till följande sex produktbolag:

| Produktbolag               | Produktkategori | Ägande |
|----------------------------|-----------------|--------|
| WBM Clothing               | Kläder          | 100%   |
| Scandinavian Footwear      | Skor            | 49,9%  |
| Libro Gruppen AB           | Väskor          | —      |
| EGOptiska International AB | Glasögon        | —      |
| Romella International AB   | Parfym          | —      |
| Scanfashion B.V.           | Baseline kläder | —      |

Dessa produktbolag har i sitt led givit underlicenser till distributörer.





Björn Borg Concept Store, Sturegallerian, Stockholm  
Foto: Magnus Skoglöf

## Verksamhet

### Distributörer

Distributionen sker i normalfallet genom att distributörer, vanligen bolag utanför WBM-koncernen, med regional marknadskompetens beviljas underlicenser avseende rätt att använda varumärket vid marknadsföring och vidareförsäljning av olika produkter. Samtliga produktbolag är själva distributörer av sina produkter på sin hemmamarknad. Distributörerna ska vidare sälja och distribuera produkter till detaljister på bästa sätt genom att i enlighet med WBMs riktlinjer bygga varumärket regionalt via sin säljkår. De ska även svara för inköp, säljstöd, lagerhållning, marknadsföring regionalt, mediaval och utbildning samt återkoppla marknads- och säljinformation till WBM.

### Detaljister

Detaljister ska med utgångspunkt från WBMs riktlinjer för varumärkesvård samt marknads- och försäljningsmaterial inreda butiker samt exponera, lokalt marknadsföra och sälja Björn Borg-produkter på bästa möjliga sätt. De ska även svara för inköp till butik.

De fristående detaljisterna omfattar cirka 2 200 säljställen och finns på samtliga de marknader där WBM-koncernen verkar – en betydande kontaktyta för en koncern med enbart 35 anställda. Till skillnad från WBM-koncernens egna konceptbutiker säljer dessa detaljister Björn Borg-produkter i konkurrens med andra varumärken.

Konceptbutikerna är viktiga för WBM som marknadsföringskanal, varumärkesbyggare, varumärkespositionerare samt känselspröt ut mot konsument. De ska förutom egen försäljning generera merförsäljning i hela Nätverket.

WBM ger instruktioner rörande butiksutformning och sätt att sälja i syfte att säkerställa igenkännande hos kunden. Konceptbutikerna kan vara helägda eller icke-ägda på franchise-basis<sup>1)</sup>. De fyra helägda konceptbutikerna är belägna i Stockholm och Göteborg. De åtta icke-ägda konceptbutikerna ligger i Amsterdam, Rotterdam, Haag, Eindhoven, Amstelveen, Utrecht och Oslo.

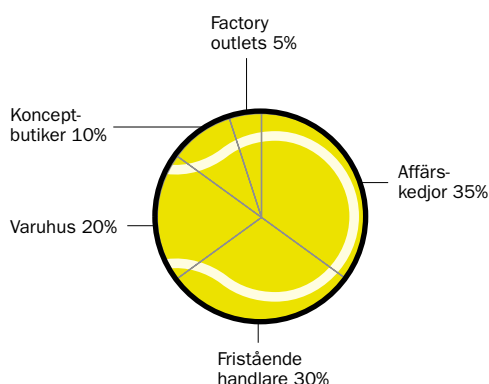
De stora affärskedjorna erbjuder ett betydande antal försäljningsställen med kontaktyta mot ett stort antal konsumenter, vilket även gäller för varuhus med sin stora genomströmning av kunder.

Factory outlets, som också har en betydande konsumentgenomströmning, möjliggör försäljning sida vid sida med andra produkter i övre mellansegmentet till reducerat pris och skapar exponering mot delvis nya konsumentgrupper. Nätverket disponerar fyra Factory outlets varav två drivs av WBM-koncernen.

Försäljning via Internet i Nätverket är för närvarande begränsad. Bolaget avser emellertid lansera denna försäljningskanal när marknaden bedöms vara mogen.

I synnerhet konceptbutikerna men även de fristående detaljisterna ger en "spets" åt försäljningen mot utvalda nischsegment medan affärskedjor och varuhus möjliggör höga säljvolym. Denna blandning av olika detaljister möjliggör en kombination av positionering i det övre mellansegmentet och volym i försäljningen.

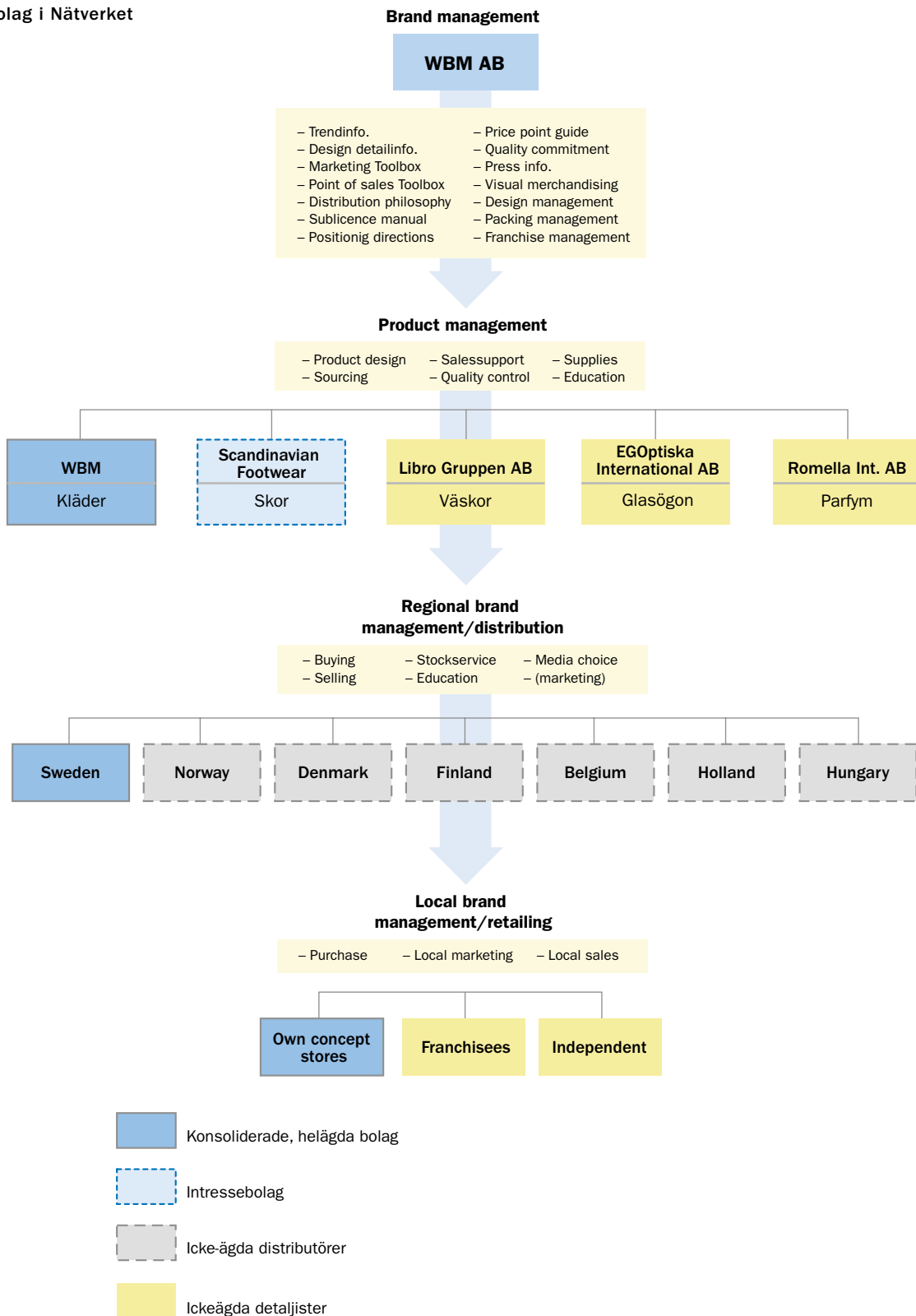
### Fördelning detaljistkanal



1) Butiker av franchise-typ erlagger ingen franchiseavgift. WBM erhåller intäkter via royalty på försäljningen från Distributörer till dessa butiker.

Verksamhet

Bolag i Nätverket



## Verksamhet

### Nätverket genererar en betydande affärsvolym

Trots att WBM-koncernen räknar enbart 35 anställda uppgick den sammanlagda Försäljningen i konsumentledet 2003 till uppskattningsvis ca 600 MSEK. Uppskattningen är baserad på den för WBM kända försäljningen 2003 från distributör till detaljist på 239 MSEK exklusive mervärdesskatt.

Kläder dominerar försäljningen mot konsument med uppskattningsvis 56 procent av försäljningen. Skor svarar för uppskattningsvis 21 procent, medan Väskor svarar för 15 procent, Glasögon 6 procent och Parfym 2 procent, baserat på WBMs försäljning 2003.

Geografiskt domineras bolaget av Sverige och Holland, som svarade för 47 respektive 26 procent av WBMs omsättning för 2003. Andra viktiga marknader är Norge och Danmark och till mindre del Finland, Ungern och Belgien.

Försäljningen mot konsument fördelar sig på cirka 60 procent herr- och 40 procent damkonfektion.

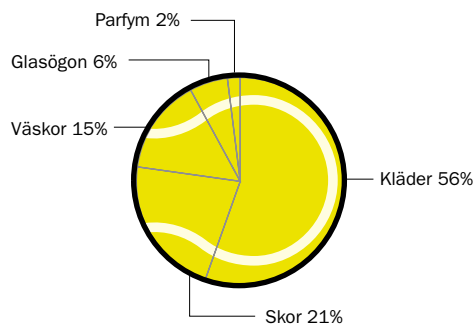
### Nätverket ger flera fördelar

WBM har betydande fördelar av att verka i ett Nätverk till följd av låg kapitalbindning i lager, egna butiker samt det faktum att ingen produktion bedrivs i koncernen. Detta möjliggör en betydande tillväxt inom ramen för låg kapitalinsats, vilket varit en förutsättning för WBMs expansion utan tillgång till riskkapitalmarknaden. Ytterligare en positiv effekt av nätverket är att entreprenörens spetskompetens tas till vara. Nätverket ger också genom konceptbutikerna en kontaktyta mot konsument, men innebär samtidigt en förlust av marknadskänsla, eftersom det vanligen är de fristående detaljisterna och inte Nätverket som har direkt kontakt med konsumenten.

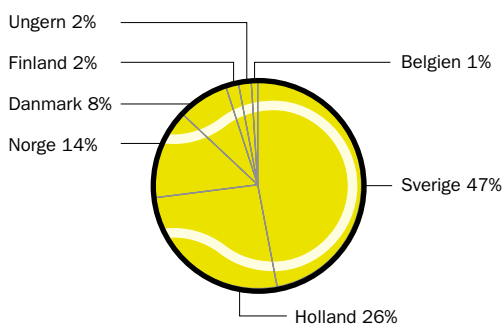
Det finns också ett ökat behov av styrning och kontroll av bolag som inte ingår i koncernen. Vidare kommer den del av omsättning och vinst som genereras av bolag i Nätverket utanför koncernen inte WBM-koncernen fullt tillgodo, men detta är en avvägning mellan kapitaltillgång och risktagande.

Bolaget kan som ett publikt bolag med handel i aktien på Nya Marknaden och med kapitalmarknaden som finansieringskälla öka takten och skapa ytterligare tillväxt i omsättning och resultat.

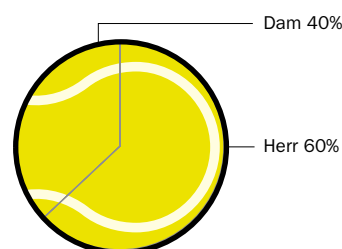
### Produktmix, försäljning till detaljist



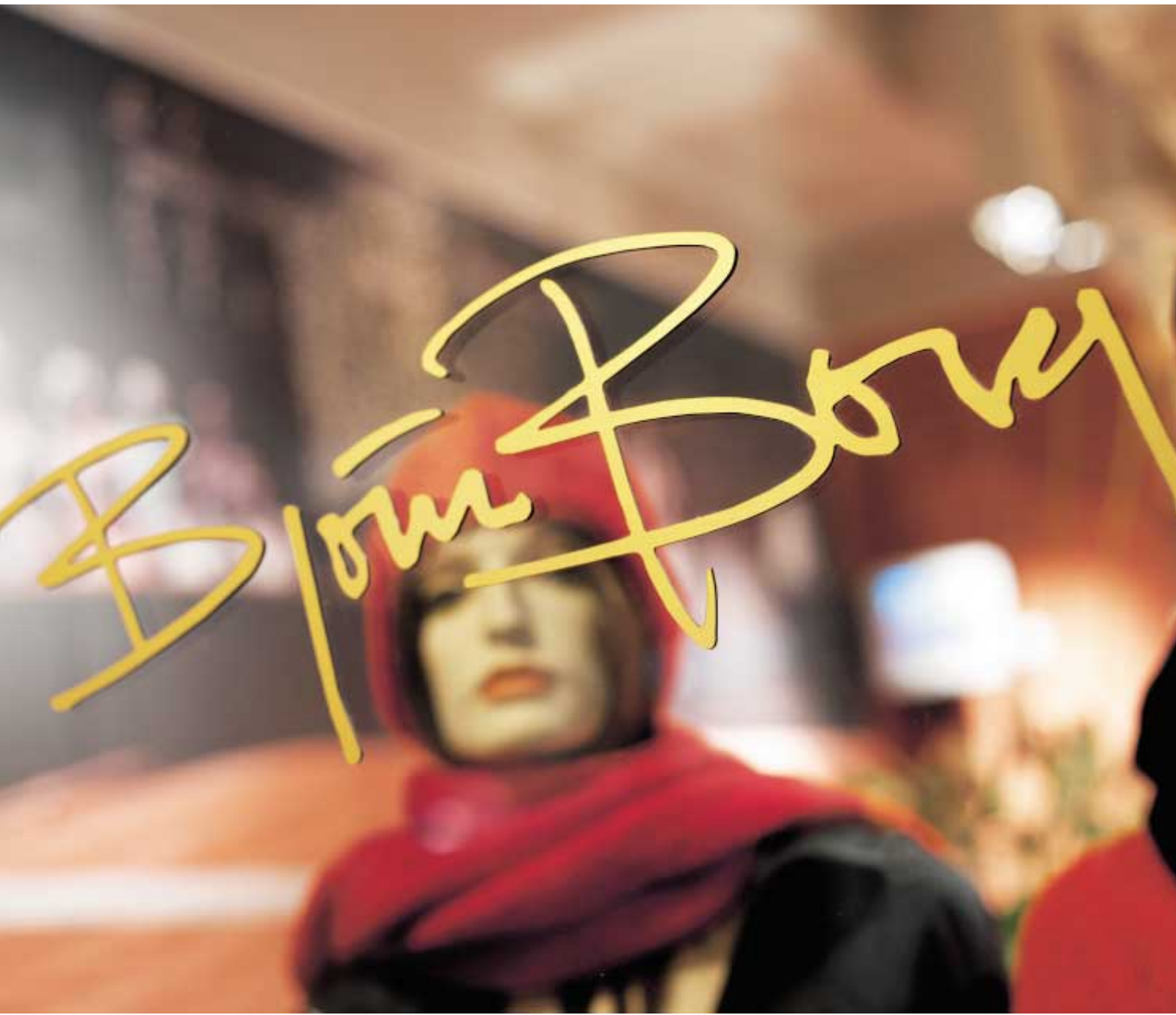
### Geografisk mix, försäljning till detaljist



### Kundmix, försäljning till detaljist

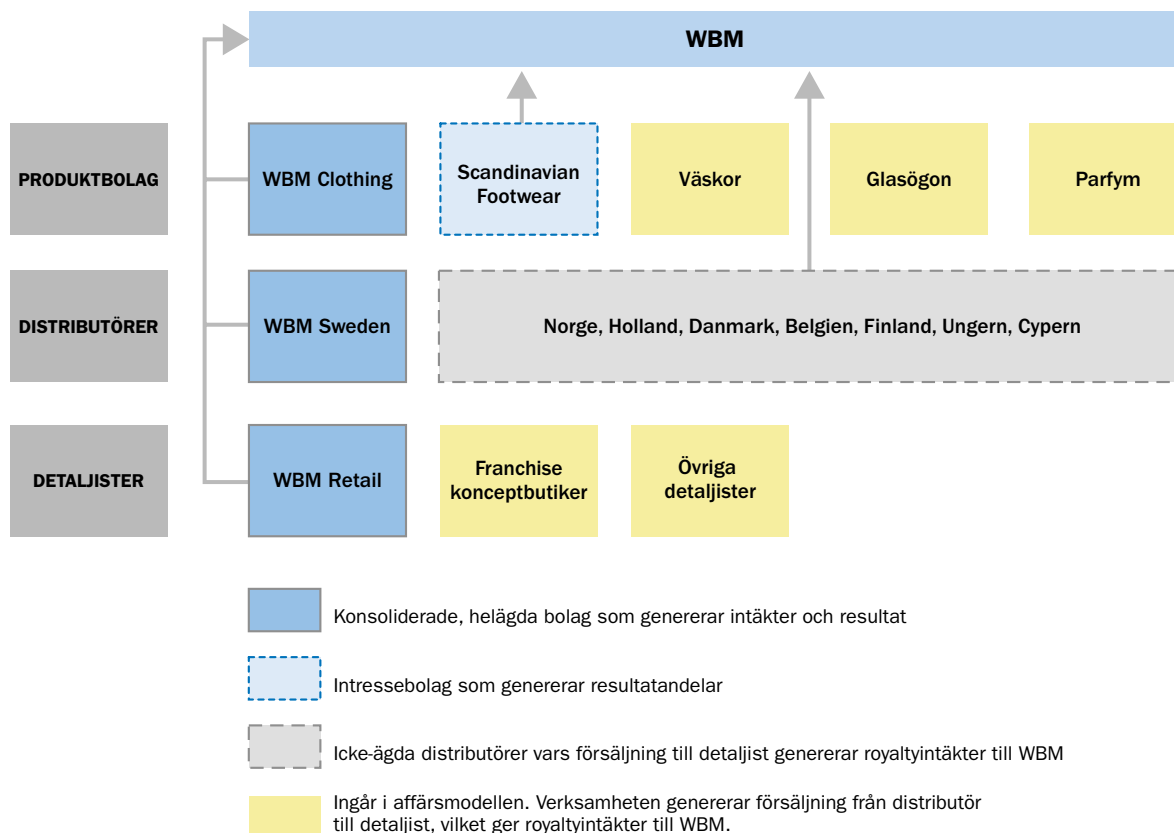






## Verksamhet

### Affärsmodell intäkter och resultat



### Affärsmodellen

Omsättningen i WBM-koncernen inkluderar ett flertal olika intäktsströmmar, då verksamheten omfattar flera nivåer i distributionskedjan från varumärke till konsument. Koncernbolag finns på samtliga nivåer.

WBM-koncernen är delaktig i fakturering i flera led genom att det bland såväl produktbolag som distributörer ingår bolag i WBM-koncernen och genom att koncernbolaget WBM Retail bedriver detaljistverksamhet i form av konceptbutiker. Fakturering sker i relativt omfattande utsträckning mellan bolagen i koncernen samt därtill mellan koncernbolag och externa bolag i nätverket. Med undantag för konceptbutikerna sker som framgår ovan den slutliga försäljningen till konsu-

ment inte genom bolag som egentligen ingår i Nätverket, varför sådan detaljistförsäljning normalt inte leder till intäkter i WBM. WBMs intäkter består av följande fyra intäktsstyper:

1. royaltyintäkter för WBM, vanligtvis beräknat som andel av distributörernas grossistförsäljning till detaljister,
2. intäkter i hel- eller delägda produktbolag,
3. intäkter i hel- eller delägda distributörsbolag samt
4. intäkter från de ägda konceptbutikerna i detaljistledet.

## Verksamhet

### Exempel – Affärsmodell Kläder

Inom detta produktområde är såväl produktbolaget och – såvitt gäller Sverige – distributören bolag inom WBM-koncernen. För övriga sex länder ingår däremot inte distributören i koncernen. Produktbolaget designar, låter tillverka och säljer produkten till distributörer, varefter distributören säljer produkterna vidare till detaljister i respektive land. WBM har sedan rätt till ersättning från berörda bolag som avser dels royalty för varumärkesanvändning, dels ersättning för marknadsföringstjänster. När det gäller detaljistsäljning är det endast de två outletbutikerna och konceptbutikerna i Stockholm och Göteborg som har någon anknäring till WBM.

Affärsmodellen är kapitalsnål då den trots ett begränsat ägande för WBM i nätverket skapar en betydande försäljning i konsumentledet. Genom kapitaltillskott kan tillväxten accelereras via inträde på nya geografiska marknader, satsningar i produktbolags- och distributionsledet samt fortsatt kommersialisering av varumärket Björn Borg på befintliga marknader genom framförallt produktutveckling och varumärkespositionering.

### Medarbetare

Per den 30 september 2004 hade WBM Holding-koncernen 35 anställda. Medelåldern bland de anställda är 31 år. Totalt inom koncernen är cirka 14 procent av de anställda män. Av WBM Holding-koncernens anställda har 46 procent eftergymnasial utbildning, varav 15 procent tagit en akademisk examen. Den genomsnittliga branschereferensen bland de anställda är 8 år.

Personalomsättningen under 2003 uppgick till 8 procent.

### Produkter

WBM fastslår den gemensamma positioneringen av produktsortimentet genom att leverera trend- och designinformation till alla delar av specialistnätverket inför varje säsong. En av varumärket Björn Borgs framgångsfaktorer under årens lopp har varit förmågan att fånga upp spår i tiden som inspirerar till den stil och de modeyttringar som utgör den grundläggande positioneringsstrategin "stilfull sport".

Björn Borg har en ung, sportig och trendig stilinriktning, som sammantaget enklast beskrivs som ett välklätt sportmode. Bassortimentet kompletteras löpande under säsong med plagg och accessoarer som följer den senaste trenden, men som samtidigt knyter an till den grundläggande positioneringen.

### Faktaruta

| Produktgrupp | Kläder | Skor | Väskor | Glasögon | Parfym |
|--------------|--------|------|--------|----------|--------|
| <b>Land</b>  |        |      |        |          |        |
| Sverige      | ●      | ●    | ●      | ●        | ●      |
| Norge        | ●      | ●    | ●      | ●        | ●      |
| Danmark      | ●      | ●    | ●      |          |        |
| Holland      | ●      | ●    | ●      | ●        |        |
| Belgien      | ●      |      |        |          |        |
| Finland      | ●      | ●    | ●      | ●        |        |
| Ungern       |        |      | ●      |          |        |





## Verksamhet

### Kläder

Underkläder, som idag är den dominerande delen inom Kläder, består av herr- och damunderkläder. Herrunderkläder producerar funktionella och bekväma modeller med aktuella och gångbara modesignaler.

Hösten 2004 lanserades en ny kollektion damunderkläder, Mix, som ett led i att förstärka Björn Borg på damsidan. Mix utgår från ett grundkoncept som ständigt är i rörelse i takt med tidsandan och kontinuerligt förnyas med modeller i spännande färger och former.

Inom kategorin fritidskläder har WBM påbörjat arbetet med en ny kollektion kropps nära och trendiga plagg som influeras av den välklädda sportstilen inom den forna tennisvärlden. Även denna kollektion tar utgångspunkt i den övergripande ramen för varumärkets position "stilfull sport".

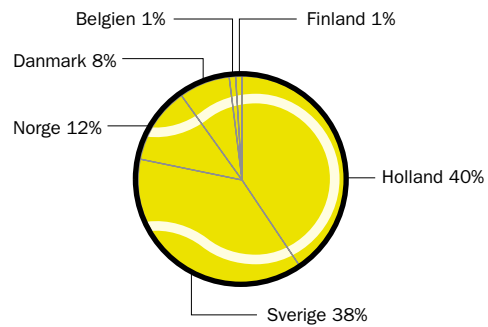
I WBM ingår produktbolag och distributionsbolag i Sverige.

Försäljningen inom Kläder från distributör till detaljist ökade till 134 MSEK 2003 från 113 MSEK 2001. Under årets första tre kvartal har omsättningen inom Kläder ökat med 12 procent. Tillväxten förklaras av en ökad efterfrågan i framför allt Holland. Försäljningen bedöms fortsätta växa, baserat på lanseringen av damkonceptet Mix samt ett ökat fokus på nya klädkollektioner.

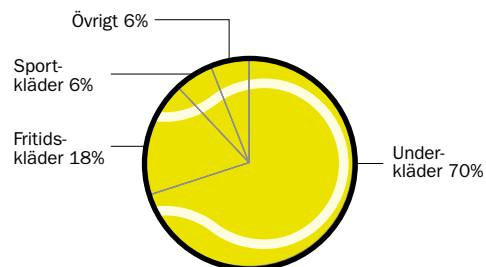
Underkläder svarar för cirka 70 procent av försäljningen inom produktområdet Kläder. Samtliga segment förväntas öka försäljningen förutsatt en fortsatt marknadstillväxt och vidmakthållen produktpositionering. Andelen prognostiseras successivt öka för det mindre segmentet fritidskläder.

Större delen av försäljningen genereras i Holland och Sverige. Holland står för en stigande andel av försäljningen till följd av satsningen på fritidskläder. Samtliga prioriterade länder bedöms öka sin försäljning.

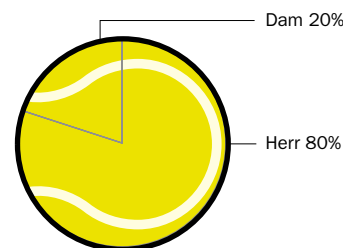
### Omsättningsfördelningen baserad på försäljningen under de tre första kvartalen 2004.



### Produktmix



### Kundmix





## Verksamhet

### Skor

Produktbolaget för Skor erbjuder både ett herr- och damsortiment. Förutom modebetonade skor som består av uppdaterade tidlösa klassiker produceras också en mer fritidsbetonad kollektion.

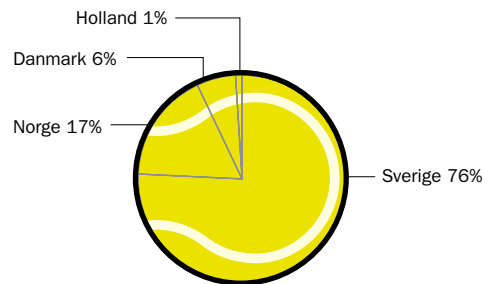
WBM äger 49,9 procent av produktbolaget som även är distributionsbolag i Sverige.

Produktområdet Skor har ökat försäljningen från distributör till detaljist till 48 MSEK 2003 från 36 MSEK 2001, vilket i huvudsak förklaras av ett ökat marknadsfokus i kombination med aktiv produktutveckling. Under årets första tre kvartal har produktområdet Skors försäljning emellertid minskat med 9 procent jämfört med motsvarande period föregående år.

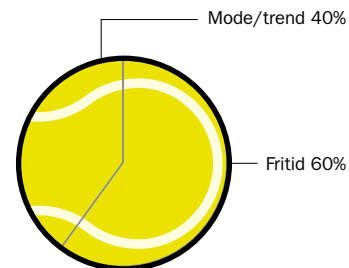
Försäljningen domineras av fritidsskor med 60 procent med resterande del inom modeskor. Andelen modeskor har under de senaste åren ökat, en trend som förväntas fortsätta till följd av ett ökat fokus på den internationella marknaden.

Sverige står för den i särklass största andelen av försäljningen med cirka 76 procent. Norge genererar knappt 20 procent av försäljningen i Nätverket. Danmark och Holland svarar för mindre andelar.

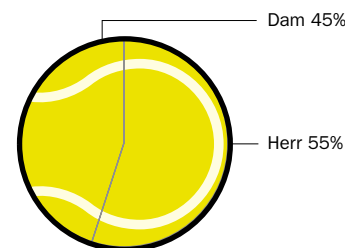
### Omsättningsfördelningen baserad på försäljningen under de tre första kvartalen 2004.



### Produktmix



### Kundmix





## Verksamhet

### Väskor

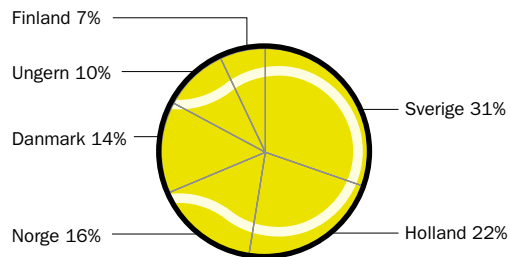
Väskor som produktgrupp lanserades 1995. Sortimentet är sportinluerat med "street"-känsla.

Försäljningen från distributör till detaljist inom Väskor ökade till 38 MSEK 2003 från 34 MSEK 2001, förklarar av tillväxt inom huvudmarknaderna Sverige, Holland, Norge och Danmark. Under årets första tre kvartal har försäljningen mattats något. Försäljningen bedöms fortsätta växa framförallt på marknader där produkterna är relativt nya.

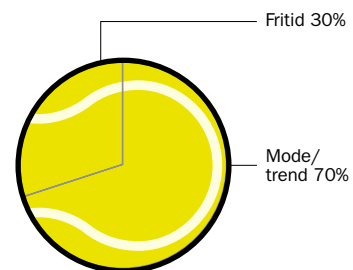
Mode/trendväskor med en andel på drygt 70 procent svarar för den största delen av försäljningen.

Försäljningen inom WBM Väskor är geografiskt jämnare spridd än för övriga produktområden. Sverige, Holland, Norge och Danmark står för drygt 80 procent, där Sverige svarar för 30 procent, Holland cirka 22 procent samt Norge och Danmark cirka 15 procent vardera. Ungern och Finland står för mindre delar.

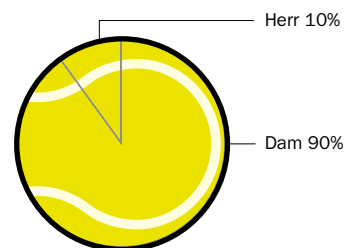
### Omsättningsfördelningen baserad på försäljningen under de tre första kvartalen 2004.



### Produktmix



### Kundmix

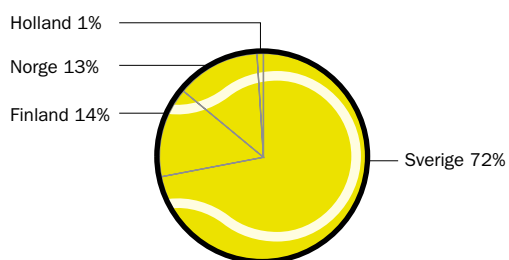




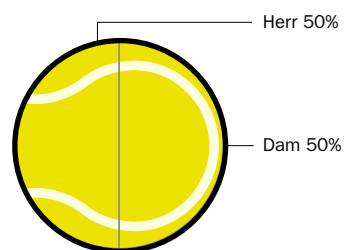
## Verksamhet



### Omsättningsfördelningen baserad på försäljningen under de tre första kvartalen 2004.



### Kundmix



### **Glasögon**

Björn Borgs glasögonbågar tillhör den trendiga kategorin på marknaden. Glasögon, liksom skor och väskor är heta modeaccessoarer som kompletteras och byts ut allt oftare av konsumenten. Samtliga glasögon ligger inom mode/trendsegmentet.

För produktområdet Glasögon ökade försäljningen från distributör till detaljist till 16 MSEK 2003 från 12 MSEK 2001. Under årets första tre kvartal har

omsättningen för glasögon ökat med 8 procent. Tillväxten beror på ökad attraktionskraft för varumärket Björn Borg. Försäljningen bedöms fortsätta växa till följd av ökad efterfrågan och aggressiv produktutveckling.

Sverige dominerar försäljningen. Norge och Finland står också för betydande andelar. Samtliga länder bedöms komma att öka sin omsättning.

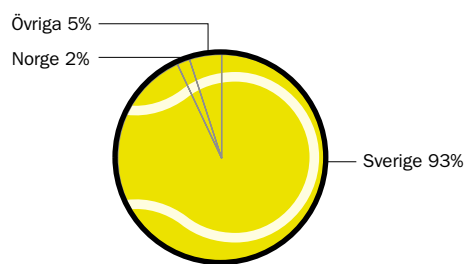
## Verksamhet

### Parfym

För produktområdet Parfym minskade försäljningen från distributör till detaljist från 5 MSEK 2001 till 4 MSEK 2003 på grund av nedprioriterad produktutveckling. Produktområdet har genom den nya herrprodukten Off Course relanserats under 2004, varvid försäljningen ökat med 55 procent under årets första tre kvartal. Försäljningen bedöms fortsätta växa genom denna relansering.



Omsättningsfördelningen baserad på försäljningen under de tre första kvartalen 2004.



## Styrkor, svagheter, möjligheter och hot

WBM Holding-koncernen har befast varumärket Björn Borg på flera europeiska marknader. Varumärket är starkt och har god position relativt olika konkurrenter.

WBM Holding-koncernen har kritisk massa för framgång och genererar god lönsamhet men är fortfarande

en liten aktör relativt många konkurrenter och internationella aktörer.

Se nedanstående SWOT-analys – styrkor, svagheter, möjligheter och hot – för WBM Holding-koncernen med varumärket Björn Borg.

### Styrkor

- ▶ Björn Borg är ett känt och etablerat varumärke på befintliga marknader
- ▶ Varumärket har en stark position, image och försäljning i Skandinavien, Finland och Holland
- ▶ WBM agerar inom ett framgångsrikt nätverk

### Möjligheter

- ▶ Ökad försäljning på befintliga marknader genom detaljister och andra distributionskanaler
- ▶ Tillväxtpotentialer genom nya produktgrupper och etablering på nya marknader
- ▶ Ytterligare stärka och förtydliga marknadspositioneringen för de olika produktgrupperna

### Svagheter

- ▶ WBMs licensieringsmodell kräver rekrytering av starka och kompetenta entreprenörer inom varje område/marknad
- ▶ WBM är beroende av framgång för sina underlicenstagare
- ▶ Varumärket Björn Borgs positionering skiljer sig mellan olika produktgrupper

### Hot

- ▶ Bristfällig eller oprofessionell exponering av varumärket av licenstagare och underlicenstagare
- ▶ Okontrollerade förändringar i detaljistledet
- ▶ Lansering av starka konkurrerande varumärken



## Framgångsfaktorer

WBM Holding-koncernen bygger på ett antal kritiska framgångsfaktorer. Fokus är varumärkesbyggande och positionering, generell profilering/image och design, produktutvecklingen, motivation inom Nätverket samt en väl fungerande affärsmodell.

### Unik varumärkesposition

- Varumärket Björn Borg har en unik position byggd på sportlegenden Björn Borg och hans framgång under sin aktiva tid som tennisspelare. På befintliga marknader förknippas varumärket i ökande grad med WBMs produkter men namnet Björn Borg medför en hög initial kännedom vid etablering på nya marknader.

### Framgångsrik etablering som internationellt varumärke

- Björn Borg är sedan 15 år ett etablerat varumärke på befintliga marknader. Varumärket har övertygat på den svenska marknaden men även visat sig lönsamt kunna kommersialiseras i internationell miljö. Det gäller särskilt Holland, där varumärket redan idag uppfattas som ett internationellt varumärke. Erfarenheterna från den holländska marknaden är värdefulla i den fortsatta internationella expansionen.

### Stark verksamhet på befintliga marknader

- WBM har en etablerad ställning i Skandinavien, Finland och Holland med produkter som står för design och kvalitet och har en marknadsledande position på herrunderkläder inom sitt segment.

### Stringent styrning för konsekvent varumärkesbyggande

- Alla produktgrupper inom varumärket Björn Borg leds och styrs på ett stringent sätt, vilket medför en tydlig och stark positionering, marknadsföring och distribution. Detta skapar förutsättning för ett sammanhållet och konsekvent varumärkesbyggande.

### Affärsmodell med kontroll över värdekedjan och med expansionsmöjligheter

- Affärsmodellen bygger på ett upparbetat och väl fungerande nätverk av egna och externa bolag i hela värdekedjan. Den valda strukturen innebär betydande expansionsmöjligheter med låg risk och kapitalinsats samt tillvaratagande av specialistkompetens inom varje produktgrupp och marknad. En väsentlig del i den fortsatta utvecklingen och tillväxten är att äga strategiskt viktiga produktbolag. All produktion sker utanför koncernen.

### Holland – ett exempel på lyckad marknadspositionering

*Holland har utvecklats mycket starkt de senaste åren och kan fungera som modell för andra marknader och etableringar.*

Den holländska verksamheten har drivits sedan 1995 och har per 2003 vuxit till en omsättning på 6,6 MEUR. Tillväxten förväntas fortgå. Verksamheten nådde break-even redan efter cirka två år. Försäljning mot konsument uppgick 2003 till ca 16 MEUR.

Den holländska distributören har fokuserat på produktområdet Kläder i enlighet med strategin att bryta in på nya marknader genom etablering inom detta produktområde. Verksamheten omfattar distribution av underkläder, kläder och väskor. Försäljning av glasögon och skor har marginell betydelse och sker genom andra distributörer.

Den holländska distributören räknar sammanlagt 600 fristående säljställen, 6 konceptbutiker och 2 factory outlets bland kunderna. Kläder svarar för 76 procent och väskor för 24 procent.

Den snabba och lönsamma expansionen bygger till betydande del på framgångsrika kollektioner, där varumärkets high-end status, produkternas höga kvalitet och ett välutvecklat sortiment är avgörande. En löpande presentation av 6–8 kollektioner per år är ytterligare en framgångsfaktor.

Vidare skapar slagkraftiga marknadsföringsverktyg från WBM en god bas för lyckosam marknadsföring, vilket innebär en varumärkeskännedom på i storleksordningen 90 procent. God logistik med effektiv lagerhantering och snabba leveranser till detaljister är centrala faktorer.

Den holländska distributören har positionerat sig väl. Faktorer som underlättar den fortsatta expansionen i Holland är att varumärket uppfattas som internationellt samt att det förknippas med kläder och väskor och inte med personen och tennisspelaren Björn Borg. Detta bereder även vägen för WBMs fortsatta expansion utanför Holland.

## Riskfaktorer

WBM Holdings verksamhet baseras på ett antal omvärldsfaktorer vars inverkan på Bolagets resultat och finansiella ställning kan kontrolleras i varierande grad. Vid en bedömning av WBM Holdings framtida utveckling är det av vikt att vid sidan av eventuella möjligheter även beakta dessa riskfaktorer. Allt företagande och ägande av aktier är förenat med ett mått av risktagande och en investering i WBM Holding skall ses i detta perspektiv.

Nedan sammanställs några av de faktorer som kan få betydelse för WBM Holdings framtida utveckling. En del av dessa faktorer kan Bolaget påverka genom sin verksamhet, medan andra ligger helt eller delvis utanför Bolagets kontroll. Nedanstående faktorer är inte sammanställda i prioritetsordning och gör inte heller anspråk på att vara uttömmande. Potentiella investerare uppmanas därför att, utöver den information som framkommer i detta prospekt, göra en egen bedömning av potentiella riskfaktorer och deras betydelse för Bolagets framtida utveckling.

### Tillväxtstrategi

WBM Holding utvärderar noga varje investering och samarbetsrelation ur dels ett expansionsperspektiv, vilket bidrar till Bolagets tillväxt som kan genereras, dels ur ett riskperspektiv. Det kan trots detta inte garanteras att WBM Holding lyckas med kommande etableringar.

Vidare är varje expansion förenad med betydande investeringar och kostnader. Vanligtvis följer löpande intäkter efter en period av startkostnader. Ur riskperspektiv kan därtill marknadsförutsättningarna förändras och kostnader komma att uppstå som WBM Holding inte förutsett.

Bolaget har fram till dags dato expanderat med en relativt försiktig strategi och de senaste åren inte träffats av några avgörande motgångar.

### Konkurrenter och marknadsförhållanden

WBM Holdings vision är att befästa varumärket Björn Borg som ett ledande varumärke i det övre mellanprissegmentet. Bolagets konkurrenter kontrollerar nationella och internationella varumärken, ofta med fokus på samma marknader. Dessa har ofta betydande finansiella och personella resurser.

WBM Holding har dock hittills lyckats hävda sig väl i konkurrensen med andra marknadsaktörer och noterar att varumärket Björn Borg har en stark marknadsposition.

### Trender och mode

WBM Holding är beroende av svängningar i trender och mode och konsumenternas preferenser beträffande design, kvalitet och prisnivå. Positionering relativt olika konkurrenters produkter är kritisk. Generellt finns ett positivt samband mellan grad av modeinnehåll och affärsrisk, där högre modegrad också innebär kortare produktlivscykel och högre affärsrisk. Snabba förändringar i modetrender kan dock alltid innebära nedgångar i försäljningen för vissa kollektioner.

Bolaget har dock lyckats väl i dessa avseenden och har hittills inte träffats av några avgörande misslyckanden vad gäller design av olika kollektioner.

### Säsongsvariationer

Koncernen är verksam i en bransch med tydliga säsongsvariationer. Detta gör att en ögonblicksbild av verksamheten kan vara missvisande. De olika kvartalen varierar således omsättnings- och resultatmässigt. Kvartal 1 och 3 är generellt sett starkast eftersom huvuddelen av av kollektionerna levereras då. För Skor är detta mönster särskilt starkt. Även kvartal 4 är starkt till följd av att höst/vinterkollektionen styckmässigt är dyrare än vår/sommar kollektionen samt som en följd av att julen infaller under kvartal 4. Kvartal 2 är därmed alltid svagast.

### Konjunkturläget

WBM Holdings försäljning påverkas övergripande, liksom all detaljhandel, av förändringar i det allmänna konjunkturläget. En mer gynnsam konjunktur får ett positivt genomslag på hushållens ekonomi och därigenom deras konsumtionsmönster. En försämring i konjunkturen får motsatt effekt.

### Företagsförvärv

En del av av WBM Holdings strategi är att expandera genom förvärv av kompletterande företag med efterföljande konvertering till WBM Holding-koncernens koncept. Alla företagsförvärv är förenade med osäkerhet och risk. Ledningsresurser tas i anspråk och potentiella synergier kan överskattas samtidigt som integration av förvärvade företag ibland tar längre tid än planerat.

## Risikfaktorer

### Varumärket Björn Borg

Varumärket Björn Borg är WBM Holdings främsta tillgång. Det finns dock naturligtvis en risk för att konkurrerande varumärken utvecklas på ett sätt som ställer varumärket Björn Borg i sämre dager eller får detta att framstå som obsolet eller omodernt. WBM Holding-koncernen är även beroende av att Fabulous fortsätter att på det sätt som avtalats bevaka och handha varumärkesregistreringar etc i olika länder.

Bolaget ser dock varumärket Björn Borg som väl synkroniserat med Bolagets produkter och distributionsapparat.

### Utlandsetableringar

WBM Holding-koncernens och Nätverkets verksamhet bedrivs för närvarande i sju länder. Bolaget har en starkt uttalad internationell ambition. En betydande del av WBM Holdings framtida intjäningsförmåga kan därför komma att hänföra sig till länder utanför Sverige.

De riskfaktorer som kan förknippas med internationell försäljning är främst kulturskillnader, svårigheter att rekrytera kvalificerad personal till den utländska verksamheten, olika skatte- och redovisningsregler samt exponering mot olika valutor.

Bolaget bedömer dock att de risker som direkt kopplar till internationell verksamhet är väl beaktade och att utlandsetableringar hittills genomförts framgångsrikt.

### Valutarisker

Bolagets resultat påverkas av olika valutakursers utveckling. WBM Holding-koncernen är i huvudsak exponerad mot USD och HKD men också till viss del mot EUR. För att begränsa valutakursriskerna är WBM Holding-koncernens målsättning att direkt eller indirekt kurssäkra cirka 50 procent av utländska valutaflöden.

### Personal

WBM Holding-koncernens fortsatta expansion innebär höga krav på bolagens ledning och personal. Det är därför en förutsättning för framgång att WBM Holding-koncernen kan bibehålla och attrahera kvalificerad personal i olika roller.

Bolaget bedömer att WBM Holding-koncernen är en attraktiv arbetsgivare. Beroendet av kritiska personer minskar också i takt med att Bolaget växer.

### Avtalsrisker (motpartsrisker)

Det Brand License Agreement som WBM ingått med Fabulous avseende WBM Holding-koncernens rätt till Björn Borg-varumärket löper ut år 2020. Bolaget bedömer att utsikterna är goda att avtalet då förlängs, men det finns naturligtvis inte någon garanti för att så sker eller för att inte villkoren måste omförhandlas i det sammanhanget.

När det gäller avtal i övrigt finns en mängd avtalsrelationer mellan de i Nätverket ingående bolagen avseende varumärket, royaltyberäkningar och liknande. Ofta kan sådana avtal vara ingångna mellan parter utanför WBM Holding-koncernen, t ex mellan externa produktbolag och externa distributörer. Sådana avtal skall dock ha ett innehåll som följer de riktlinjer som finns angivna i avtal mellan WBM och produktbolaget ifråga. Inte desto mindre kan det faktum att WBM Holding-koncernen saknar en egen direkt avtalsrelation med flera bolag i Nätverket innebära en förhöjd risk för det fall sådana externa avtalsparter skulle begå avtalsbrott eller om det på annat sätt skulle uppstå meningsskiljaktigheter om avtalstolkning.

Det är vidare så att relationerna och rutinerna mellan WBM Holding-koncernen och Fabulous samt mellan WBM Holding-koncernen och de i Nätverket ingående bolagen, är dynamiska och ständigt anpassas och förfinas i ljuset av ändrade förhållanden, utan att de ingångna avtalen uppdateras varje gång så sker. WBM Holding-koncernen upplever att detta är naturligt och nödvändigt, liksom att det rådande partsbruket är väl förankrat hos alla berörda parter. Icke desto mindre kan dessa förhållanden innebära en förhöjd risk för tolkningsproblem vid eventuell avtalstvist mellan WBM Holding-koncernen och någon avtalsmotpart.

### Produktionsrisker

WBM Holding-koncernens produktion sker i Kina och länder med motsvarande relativt låg kostnadsnivå. Detta är en förutsättning för Bolagets lönsamhet. Det är också viktigt att produktionens höga kvalitet kan vidmakthållas.

Det har under de senaste åren rått en tendens att produktionen i steg söker sig till länder med lägre kostnadsnivå. Det är inte säkert att WBM Holding-koncernen kommer att kunna lyckas med detta till bibehållen kvalitet även om WBM Holding-koncernen hittills lyckats.

## Etisk kod

WBM är ett svenskt företag som verkar på en internationell marknad. Att ta ansvar för hur människor och miljö påverkas av verksamheten är en del av företagets grundläggande värderingar. WBM-koncernen arbetar aktivt med frågorna genom att i sina leverantörsavtal ange krav vad gäller barnarbete och miljö. Kraven vad gäller miljö och kemiska ämnen i textilier följer de riktlinjer som Textilimportörerna har föreskrivit. När det gäller barnarbete utgår företaget från FNs barnkonvention artikel 32:1:

*"States Parties recognise the right of the child to be protected from economic exploitation and from performing and work that is likely to be hazardous or to interfere with child's education, or to be harmful to the child's health or physical, mental, spiritual, moral or social development".*

Det är leverantörens ansvar att informera eventuella underleverantörer om att dessa regler är en del av köpevillkoren. På begäran är leverantören skyldig att tillhandahålla en lista med fullständig information gällande plats för produktionsenheter, fabriker etc. WBM-koncernen har rätt att när som helst följa upp att dessa regler efterlevs. Kontroller hos leverantörerna sker kontinuerligt.

## Legala frågor/kompletterande information

### **Brand License Agreement**

#### **WBMs exklusiva varumärkeslicens**

WBM ingick i januari 1997 ett varumärkeslicensavtal – Brand License Agreement – avseende användande av varumärket "Björn Borg" med det holländska bolaget Fabulous. Brand License Agreement innebär att Fabulous ger WBM en exklusiv rätt att använda kännetecknet "Björn Borg" i text, bild och symbol i världens alla länder vid produktion, marknadsföring och försäljning av vissa produktkategorier.

WBMs exklusiva varumärkeslicens omfattar såväl befintliga varumärken innehållande kännetecknet "Björn Borg" som framtida sådana varumärken som Fabulous kan komma att registrera. Brand License Agreement innehåller vidare bestämmelser om hur parterna skall samverka vid registrering av nya, och förnyelse av befintliga, varumärken liksom om hur parterna skall samverka vid eventuella intrång i varumärkesrättigheter från tredje man.

Skulle Fabulous under avtalstiden överlåta något varumärke, vilket förutsätter att förvärvaren ikläder sig Fabulous skyldigheter enligt Brand License Agreement, har WBM en förköpsrätt att förvärva varumärket till marknadsvärde.

WBM har rätt att bevilja underlicenser avseende de aktuella varumärkena till underlicenstagare som uppfyller de krav som ställs upp i Brand License Agreement och parternas efterföljande överenskommelser om innehållet i underlicensavtalen.

#### **WBMs fria etableringsrätt, m m**

Det står WBM fritt att besluta i vilka länder och med vilka produkter i respektive land som verksamheten skall bedrivas. Inom ramen för sådana beslut har WBM åtagit sig att aktivt verka för en hög omsättning, att följa i respektive land gällande lagar och regler samt att inte agera på ett sätt som skadar Fabulous anseende.

WBM skall vidare generellt verka för att verksamheten skall bedrivas i allt fler länder och med allt fler produkter samt tillse att produkterna är av hög kvalitet.

#### **Brand Committee**

Parterna tillämpar idag informella kommunikationsvägar avseende varumärket och det övriga samarbetet. Part har dock rätt enligt Brand License Agreement att begära att en Brand License Committee, med två representanter från vardera avtalsparten, fattar beslut i bl a följande frågor:

- etablerande av generella riktlinjer för varumärkena och WBMs verksamhet
- antagande och uppsägning av WBMs underlicenstagare
- royaltynivåer för underlicenstagare
- varumärkesfrågor och andra viktiga frågor rörande Brand License Agreement
- etablerande av nya konceptbutiker
- introducerande av nya produktgrupper

#### **Royalty**

Fabulous har rätt till en royalty om en viss andel av den sammanlagda grossistförsäljningen, d v s baserat på grossisternas försäljningspris, av Björn Borg-produkter som har resulterat i royalty eller annan ersättning för WBM-koncernen. Denna andel motsvarar 1,5–2,0 procent av produkternas pris vid försäljning till konsument.

#### **Avtalstid, change of control, m m**

Brand License Agreement är giltigt till och med den 31 december 2020. Om avtalet inte sägs upp minst tre år före avtalstidens utgång, förlängs avtalstiden automatiskt med tio år i taget.

Brand License Agreement innehåller vidare en rätt för endera parten att säga upp avtalet om ägarbilden eller ledningen i, eller den faktiska kontrollen över, den andre parten förändras på ett negativt sätt för den andre parten eller för parternas samarbete. Parterna är överens om att nyemissionen och handel i Bolagets aktier på Nya Marknaden inte innebär en sådan förändring som ger Fabulous rätt att säga upp avtalet enligt ovan.

Brand License Agreement styrs av svensk rätt. Eventuell tvist skall avgöras av svensk skiljenämnd.

#### **Övriga väsentliga avtal**

##### **Avtal med produktbolag**

WBM AB har ingått följande avtal med produktbolagen för de fem produktkategorierna Kläder, Skor, Väskor, Glasögon och Parfym:

- Produktbolagsavtal med WBM Clothing ingånget den 26 augusti 1997 angående produktkategorin Kläder. Avtalet gäller till den 31 december 2010 och förlängs sedan automatiskt med tio år i taget om det inte sägs upp senast tre år före avtalstidens utgång.

## Legala frågor/kompletterande information

- ▮ Produktbolagsavtal med To-Two L Invest AB ingånget den 31 december 1999 angående produktkategorin Skor. Den primära avtalsperioden löpte ut den 31 december 2002, men avtalet har förlängts för en treårsperiod till den 31 december 2005. Avtalet förlängs automatiskt med tre år i taget om det inte sägs upp senast 6 månader före avtalstidens utgång.
- ▮ Produktbolagsavtal med Libro Gruppen AB ingånget den 12 december 1997 angående produktkategorin Väskor. Avtalet gäller till den 31 december 2010 och förlängs sedan automatiskt med tio år i taget om det inte sägs upp senast tre år före avtalstidens utgång.
- ▮ Produktbolagsavtal med EGOptiska International AB ingånget den 28 augusti 1997 angående produktkategorin Glasögon. Avtalet gäller till den 31 december 2010 och förlängs sedan automatiskt med tio år i taget om det inte sägs upp senast tre år före avtalstidens utgång.
- ▮ Produktbolagsavtal med Romella International AB ingånget den 26 augusti 1997 avseende produktkategorin Parfym. Avtalet gäller till den 31 december 2010 och förlängs sedan automatiskt med tio år i taget om det inte sägs upp senast tre år före avtalstidens utgång.

### Avtal med distributörer

Avtalen mellan produktbolagen och distributörerna är, förutom såvitt gäller det koncerninterna produktbolaget WBM Clothing, ofta ingångna mellan parter som inte ingår i WBM-koncernen. Utöver avtalsförhållandet mellan de helägda koncernbolagen WBM Clothing (produktbolag för Kläder) och WBM Sweden (distributör för Kläder i Sverige), är följande tre distributörsavtal de mest betydelsefulla:

- ▮ Distributörsavtal med Scanfashion B.V. ingånget den 6 december 2000 för produktkategorin Kläder. Avtalet gäller till den 31 december 2004 med en rätt för bägge parter att begära att avtalsperioden förlängs med fem år till den 31 december 2009. Därefter förlängs avtalet automatiskt med fem år i taget om det inte sägs upp senast 12 månader före avtalstidens utgång. Såvitt gäller Scanfashion B.V. finns dock långt gångna diskussioner angående en

s k management buy-out som skulle innebära att ledningen förvärvar Scanfashion B.V.s inkråm. Detta skulle medföra att en ny distributör träder i Scanfashion B.V.s ställe. WBM Holding-koncernen ställer sig positiv till en sådan förändring.

- ▮ Distributörsavtal med Seaport AS ingånget den 28 april 1995 angående produktkategorin Kläder. Den primära avtalsperioden löpte ut den 31 december 2003, men avtalet har förlängts för en tioårsperiod till och med den 31 december 2013. Avtalet förlängs automatiskt med tio år i taget om det inte sägs upp senast 12 månader före avtalstidens utgång.
- ▮ Distributörsavtal med SOS Sportswear APS ingånget den 28 april 1995 angående produktkategorin Kläder. Den primära avtalsperioden löpte ut den 31 december 2003, men avtalet har förlängts för en tioårsperiod till och med den 31 december 2013. Avtalet förlängs automatiskt med tio år i taget om det inte sägs upp senast 12 månader före avtalstidens utgång.

### Avtal med franchisetagare

WBM Retail har ingått ett franchiseavtal med det holländska bolaget Carrousel B.V. för butikerna i Amsterdam, Rotterdam, Haag, Eindhoven, Amstelveen och Utrecht. Avtalet trädde ikraft den 1 augusti 2000 och gäller i fem år därefter. Avtalet förlängs automatiskt för tre år i taget om det inte sägs upp. Någon franchiseavgift utgår inte till WBM Retail.

### Avtal om finansiering

WBM Holding-koncernen har lån i Östgöta Enskilda Bank. Lånen löper med sedvanliga villkor.

### Tvister

Utöver en pågående skattetvist avseende korsvisa koncernbidrag uppgående till cirka 760 KSEK med skattekostnaden 28 procent reserverad i bokslutet 2003, är inte Bolaget eller något bolag i WBM Holding-koncernen inblandat i någon tvist eller process vars troliga utfall kan medföra en icke oväsentlig negativ påverkan på Bolagets ekonomiska ställning. Bolaget har heller inte någon anledning att befara att sådan tvist uppkommer.

## Legala frågor/kompletterande information

### **Associationsform m m**

Worldwide Brand Management Holding AB (publ) bildades den 20 februari 2004 och registrerades i aktiebolagsregistret den 19 mars 2004. Bolagets associationsform regleras av aktiebolagslagen (1975:1385). Styrelsen har sitt säte i Stockholms kommun. Bolagets organisationsnummer är 556658-0683.

### **Handel på Nya Marknaden**

WBM Holdings aktie kommer att börja handlas på Nya Marknaden omkring den 20 december 2004.

### **Försäkringssituation**

WBM har en företagsförsäkring hos If Skadeförsäkring AB som även gäller för koncernbolagen WBM Clothing och WBM Sweden. Även WBM Retail har en affärsförsäkring hos If Skadeförsäkring AB. WBM Holding

håller för närvarande på att upphandla en företagsförsäkring för hela WBM Holding-koncernen, alternativt tillse att de nämnda försäkringarna även omfattar WBM Holding. Bolagets styrelse bedömer att WBM Holding-koncernen kommer att ha ett väl anpassat försäkringsskydd för den verksamhet som bedrivs.

### **Optioner WBM**

Den yttersta innehavaren av varumärket Björn Borg – Fabulous – är innehavare av teckningsrättsoptioner i det tidigare moderbolaget WBM som idag ger Fabulous en rätt att teckna sammanlagt 2 703 aktier i WBM till en kurs på 2 774,50 SEK per aktie, d v s en rätt att förvärva ca 3,1 procent av WBM för ca 7 500 000 SEK. Optionerna skall utnyttjas innan den 31 december 2010.

# Bolagsordning

## § 1 Firma

Bolaget driver sin rörelse under firma Worldwide Brand Management Holding AB. Bolaget är publikt (publ).

## § 2 Styrelsens säte

Styrelsen skall ha sitt säte i Stockholms kommun.

## § 3 Verksamhet

Föremålet för bolagets verksamhet är att – direkt eller indirekt – bedriva marknadsföring, distribution och produktion av textilier samt konsulttjänster för design, produktion och koncerngemensamma administrativa rutiner samt handel och förvaltning av aktier och värdepapper ävensom idka därmed förenlig verksamhet.

## § 4 Aktiekapital

Aktiekapitalet skall utgöra lägst fyra miljoner (4 000 000) kronor och högst sexton miljoner (16 000 000) kronor.

## § 5 Aktiebelopp

Aktie skall lyda å fem (5) kronor.

## § 6 Styrelse

Styrelsen skall bestå av lägst fyra och högst åtta ledamöter med högst två suppleanter. Ledamöterna och suppleanterna väljes årligen på ordinarie bolagsstämma för tiden intill slutet av nästa ordinarie bolagsstämma.

## § 7 Revisorer

För granskning av styrelsens och verkställande direktörens förvaltning och bolagets årsredovisning jämte räkenskaper utses på ordinarie bolagsstämma, för tiden intill dess ordinarie bolagsstämma har hållits under fjärde räkenskapsåret efter valet, en eller två revisorer med eller utan suppleanter.

## § 8 Kallelse

Kallelse till bolagsstämma skall ske genom annons i Post- och Inrikes Tidningar samt i Svenska Dagbladet eller i annan rikstäckande dagstidning tidigast sex och senast fyra veckor före ordinarie bolagsstämma och sådan extra bolagsstämma som skall behandla fråga om ändring av bolagsordning, och tidigast sex och senast två veckor före annan extra bolagsstämma.

## § 9 Bolagsstämma

Vid ordinarie bolagsstämma som skall hållas årligen inom sex månader efter räkenskapsårets utgång, skall följande ärenden förekomma:

1. val av ordförande vid stämman;
2. upprättande och godkännande av röstlängden;
3. val av en eller två personer att jämte ordföranden justera stämmans protokoll;
4. prövning av om stämman blivit behörigen sammankallad;
5. godkännande av dagordning;
6. framläggande av årsredovisningen och revisionsberättelsen samt, i förekommande fall, koncernredovisningen och koncernrevisionsberättelsen;
7. beslut om
  - a) fastställelse av resultaträkningen och balansräkningen samt, i förekommande fall, koncernresultaträkningen och koncernbalansräkningen;
  - b) dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust enligt den fastställda balansräkningen;
  - c) ansvarsfrihet för styrelseledamöterna och verkställande direktören när sådan förekommer;
8. bestämmande av arvoden till styrelsen och, i förekommande fall, revisorer;
9. val av styrelseledamöter och, i förekommande fall, styrelsesuppleanter;
10. val, i förekommande fall, av revisor och revisorsuppleant;
11. annat ärende, som ankommer på stämman enligt aktiebolagslagen (1975:1385) eller bolagsordningen.

Vid bolagsstämman får varje röstberättigad rösta för fulla antalet av honom ägda och företrädde aktier utan begränsning i röstetalet.

För att få rätt att delta på bolagsstämman skall aktieägare anmäla sig hos bolaget senast kl 16.00 den dag som anges i kallelsen till stämman. Denna dag får ej vara söndag, annan allmän helgdag, lördag, midsommarafton, julafton eller nyårsafton och inte heller infalla tidigare än femte vardagen före stämman.

Aktieägare får medföra ett eller två biträden till bolagsstämman endast om aktieägare på sätt som anges i föregående stycke anmäler antal biträden denne har för avsikt att medföra.



## **Bolagsordning**

### **§ 10 Räkenskapsår**

Kalenderåret skall utgöra bolagets räkenskapsår.

### **§ 11 Avstämningsförbehåll**

Den som på fastställd avstämningsdag är införd i aktieboken eller i förteckning enligt 3 kap. 12 § aktiebolagslagen skall anses behörig att mottaga utdelning och, vid fondemission, ny aktie som tillkommer aktieägare samt att utöva aktieägares företrädesrätt att delta i emission.

---

*Ovanstående bolagsordning har antagits vid extra bolagsstämma den 4 november 2004.*

## Finansiell utveckling i sammandrag 1999–2003, proforma 2003–2004

Nedan sammanfattas WBM Holding-koncernens finansiella utveckling proforma för perioden 2003-10-01–2004-09-30 och för helåret 2003 samt proforma balansräkning per 2004-09-30 respektive 2003-12-31.

Vidare presenteras det faktiska utfallet för WBM-koncernen för räkenskapsåren 1999–2003.

proformaräkenskaperna har upprättats som om WBM Holding-koncernen bildades per 2003-10-01 respektive 2003-01-01 och den föreliggande emissionen genomförts och fullteknats samma dag. Balans- och resultaträkning proforma har sammanställts för att illustrera WBM Holding-koncernens finansiella utveckling och ställning och avser inte att visa vilken faktisk ställning eller vilket resultat WBM Holding-koncernen hade haft om koncernbildningen genomförts vid annan tidpunkt än i slutet av andra kvartalet 2004.

| KSEK                             | proforma                 |                          | Utfall     |            |            |            |            |
|----------------------------------|--------------------------|--------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|
|                                  | 2003/2004                |                          | 2003       | 2002       | 2001       | 2000       | 1999       |
|                                  | rullande <sup>1)</sup>   | 2003 <sup>2)</sup>       |            |            |            |            |            |
|                                  | 12 mån                   | 12 mån                   |            |            |            |            |            |
| Omsättning                       | 118 851                  | 114 527                  | 114 527    | 109 957    | 117 686    | 173 857    | 92 818     |
| Rörelseresultat                  | 11 068                   | 9 693                    | 10 673     | 4 839      | 3 206      | -2 613     | -8 351     |
| Rörelsemarginal, %               | 9,3                      | 8,5                      | 9,3        | 4,4        | 2,7        | neg        | neg        |
| Resultat efter finansiella       |                          |                          |            |            |            |            |            |
| Poster                           | 12 542                   | 11 995                   | 12 710     | 5 187      | -60        | -3 691     | -8 832     |
| Vinstmarginal, %                 | 10,6                     | 10,5                     | 11,1       | 4,7        | neg        | neg        | neg        |
| KSEK                             | 2004-09-30 <sup>3)</sup> | 2003-12-31 <sup>4)</sup> | 2003-12-31 | 2002-12-31 | 2001-12-31 | 2000-12-31 | 1999-12-31 |
| Anläggningstillgångar            |                          |                          |            |            |            |            |            |
| Immateriella                     | 10 716                   | 11 612                   | 1 322      | 1 562      | 1 803      | 4 905      | 5 545      |
| Materiella                       | 2 552                    | 3 110                    | 3 110      | 2 484      | 2 104      | 3 864      | 2 549      |
| Finansiella                      | 8 333                    | 6 491                    | 4 950      | 5 259      | 4 593      | 2 771      | 2 154      |
| Omsättningstillgångar            |                          |                          |            |            |            |            |            |
| Varulager, m m                   | 17 260                   | 15 554                   | 15 554     | 12 363     | 11 255     | 15 072     | 12 124     |
| Kortfristiga fordringar          | 19 579                   | 19 747                   | 19 315     | 16 548     | 22 050     | 15 508     | 16 787     |
| Likvida medel                    | 36 145                   | 33 263                   | 7 073      | 6 248      | 3 294      | 1 423      | 6 645      |
| Eget kapital och skulder         |                          |                          |            |            |            |            |            |
| Eget kapital                     | 51 001                   | 45 322                   | 27 444     | 18 108     | 13 051     | 12 961     | 16 035     |
| Långfristiga skulder*            | 12 000                   | 20 000                   | -          | -          | -          | 3 299      | 4 864      |
| Kortfristiga skulder             |                          |                          |            |            |            |            |            |
| (räntebärande)                   | 8 248                    | 5 293                    | 5 293      | 3 749      | 5 223      | 8 459      | 1 400      |
| Övriga kortfristiga skulder      | 23 336                   | 19 188                   | 18 587     | 22 608     | 26 825     | 18 824     | 23 505     |
| Balansomslutning                 | 94 585                   | 89 777                   | 51 324     | 44 465     | 45 099     | 43 544     | 45 804     |
| Justerat eget kapital            | 51 001                   | 45 322                   | 27 444     | 18 108     | 13 051     | 12 961     | 16 035     |
| Räntabilitet                     |                          |                          |            |            |            |            |            |
| Genomsnittligt totalt kapital, % | 15,5                     | 15,4                     | 28,4       | 12,9       | 1,6        | neg        | neg        |
| Räntabilitet                     |                          |                          |            |            |            |            |            |
| Genomsnittligt eget kapital, %   | 19,0                     | 20,8                     | 41,0       | 32,5       | 0,7        | neg        | neg        |
| Soliditet                        | 53,9                     | 50,5                     | 53,5       | 40,7       | 28,9       | 29,8       | 35,0       |
| Nettoskuldssättningsgrad ggr     | -0,3                     | -0,2                     | -0,1       | -0,1       | 0,1        | 0,8        | 0,0        |
| Räntetäckningsgrad               | 12,9                     | 9,7                      | 15,3       | 9,8        | 0,9        | neg        | neg        |
| Antal anställda                  | 35                       | 36                       | 36         | 35         | 44         | 59         | 41         |
| Investeringar                    |                          |                          |            |            |            |            |            |
| Materiella                       |                          |                          |            |            |            |            |            |
| Anläggningstillgångar, KSEK      | 501                      | 1 890                    | 1 890      | 1 300      | 127        | 2 846      | 1 313      |

\* (räntebärande)

## Finansiell utveckling i sammandrag 1999–2003, proforma 2003–2004

|                                       | proforma                         |                              | Utfall |      |      |      |      |
|---------------------------------------|----------------------------------|------------------------------|--------|------|------|------|------|
|                                       | 2003/2004                        |                              | 2003   | 2002 | 2001 | 2000 | 1999 |
|                                       | rullande <sup>1)</sup><br>12 mån | 2003 <sup>2)</sup><br>12 mån |        |      |      |      |      |
| Vinst per aktie, SEK                  | 6,60                             | 6,30                         |        |      |      |      |      |
| P/e-tal                               | 10,3                             | 10,8                         | e a    | e a  | e a  | e a  | e a  |
| Antal aktier <sup>3)</sup> , Tusen    | 1 365                            | 1 365                        | –      | –    | –    | –    |      |
| Antal aktier genomsnitt <sup>3)</sup> | 1 365                            | 1 365                        | –      | –    | –    | –    |      |

- 1) proforma resultaträkning rullande 12 månader har upprättats som om WBM Holding-koncernen bildades 2003-10-01 samt att den föreslagna nyemissionen fulltecknats och genomförts vid samma tidpunkt. Detta innebär att periodens resultat påverkats av goodwillavskrivningar om 980 KSEK, ränteintäkter om 1 060 KSEK samt räntekostnader om 800 KSEK. Skattkostnad netto om 74 KSEK har beräknats för ränteintäkter respektive -kostnader. Goodwillavskrivningar baseras på en avskrivningstid på goodwill om 10 år. Räntekostnader har beräknats utifrån en uppskattad räntesats om 4 procent i syfte att åskådliggöra den kapitalkostnad som bildandet av WBM Holding-koncernen medfört. Ingen hänsyn har tagits till den effekt på räntekostnader som den faktiska amorteringen om 4 000 KSEK i Q3 2004 skulle ha haft. Ränteintäkter är beräknade med en räntesats om 4 procent på den emissionslikvid som tillförts Bolaget vid full teckning, efter avdrag för uppskattade emissionskostnader och skatteeffekt, motsvarande 26 640 KSEK. Den uppskattade räntesatsen skall inte tolkas som en bedömning av förväntad avkastning på emissionsbeloppet.
- 2) proforma för räkenskapsåret 2003 har upprättats som om WBM Holding-koncernen bildades per 2003-01-01 samt att den föreslagna nyemissionen fulltecknats och genomförts vid samma tidpunkt. Detta innebär att periodens resultat har påverkats av goodwillavskrivningar om 980 KSEK, ränteintäkter om 1 060 KSEK samt räntekostnader om 800 KSEK. Skattkostnad netto om 74 KSEK har beräknats för ränteintäkter respektive -kostnader. Se ovan för beskrivning om antagande för goodwillavskrivningar, ränteintäkter och -kostnader samt skatt.
- 3) Antalet aktier och därmed vinst per aktie har i räkenskaperna proforma beräknats som om genomförd split (20:1) och den föreliggande emissionen fulltecknats och genomförts per 2003-10-01 respektive 2003-01-01. Se avsnittet Aktie- och ägarstruktur.
- 4) proforma balansräkning per 2003-12-31 har upprättats som om WBM Holding-koncernen bildades per 2003-01-01 samt den föreslagna nyemissionen fulltecknats och genomförts vid samma tidpunkt.  
Avseende WBM Holding-koncernens bildande innebär detta att goodwill, den nyemission om 3 540 KSEK, det lån om 20 000 KSEK som upptogs i samband med förvärvet, kontanta vederlag för förvärv av aktier i WBM om 22 450 KSEK samt att uppkomna effekter på eget kapital räknats om som om WBM Holding-koncernen bildades vid denna tidpunkt.  
Den föreslagna nyemissionen har beaktats i proforma koncernbalansräkningen som om emissionen fulltecknats och genomförts vid ingången av räkenskapsåret. Detta innebär att, efter avdrag för nyemissionskostnader och med hänsyn till skatteeffekter, en emissionskurs om 68 SEK, 26 640 KSEK tillförts likvida medel med motsvarande ökning av det egna kapitalet. Uppskattade ränteintäkter respektive -kostnader har i proforma koncernbalansräkning redovisats bland övriga kortfristiga fordringar respektive skulder.
- 5) proforma balansräkning 2004-09-30 har upprättats som om den föreslagna nyemissionen fulltecknats och genomförts per 2003-10-01.

### Definitioner av nyckeltal

#### Rörelsemarginal

Rörelseresultat dividerat med omsättning

#### Vinstmarginal

Resultat efter finansiella poster dividerat med omsättning.

#### Räntabilitet på genomsnittligt totalt kapital

Resultat före räntekostnader dividerat med genomsnittligt totalt kapital.

#### Räntabilitet på genomsnittligt eget kapital

Resultat efter skatt dividerat med genomsnittligt eget kapital.

#### Soliditet

Eget kapital dividerat med balansomslutning.

#### Nettoskultsättningsgrad

Räntebärande skulder minus likvida medel dividerat med eget kapital.

#### Räntetäckningsgrad

Resultat före räntekostnader dividerat med räntekostnader.

#### Vinst per aktie

Resultat efter skatt dividerat med genomsnittligt antal utelöpande aktier.

#### P/e-tal

Teckningskurs i föreliggande emission dividerat med vinst per aktie.

### Kommentarer till proforma 2003–2004, sammandrag finansiell utveckling 1999–2003

#### WBM Holding-koncernen

WBM Holding-koncernen består av moderbolaget WBM Holding konsoliderat med WBM-koncernen som under-

koncern. Den senare består av moderbolaget WBM samt ett antal dotter- och intressebolag:

| Bolag   | Definition            | Position                      |  |
|---|-----------------------|-------------------------------|--|
| Worldwide Brand Management Holding AB           | WBM Holding           | Moderbolag                    | Ägarbolaget. Handlas på Nya Marknaden efter genomförd nyemission |
| Worldwide Brand Management AB                   | WBM                   | Dotterbolag                   | Licensrättigheter, riktlinjer för design, marknadsföring, m m    |
| Worldwide Brand Management Clothing AB          | WBM Clothing          | Dotterdotterbolag             | Produktbolag för kläder  |
| Worldwide Brand Management Sweden AB            | WBM Sweden            | Dotterbolag till WBM Clothing | Distributör för Kläder i Sverige                                 |
| WBM Retail AB                                   | WBM Retail            | Dotterdotterbolag             | Driver egna koncept-butiker                                      |
| Scandinavian Footwear AB och To-Two L Invest AB | Scandinavian Footwear | Intressebolag                 | Produktbolag för skor samt distributör för skor i Sverige        |
| Anteros Lagerhantering AB                       | Anteros               | Intressebolag                 | Lagerhantering   |

WBM Holding är ett rent holdingbolag utan egen rörelse. Bolaget äger aktier i WBM som huvudsaklig tillgång och är finansierat med eget kapital och långfristiga skulder.

WBM är moderbolag för WBM-koncernen som underkoncern. WBMs omsättning för 2003 uppgick till 26 240 KSEK (24 227). Bolagets intäkter utgörs i huvudsak av nätverksinterna intäkter som royalty och ersättning för marknadsföringstjänster.

WBM Clothing producerar kläder under varumärket Björn Borg. Bolaget distribuerar produkter till sju länder med en omsättning under 2003 på 70 104 KSEK (73 481).

WBM Sweden distribuerar kläder till återförsäljare i Sverige samt via två outlet-butiker. Omsättningen uppgick till 58 194 KSEK 2003 (49 503).

WBM Retail driver butiksverksamhet i företrädesvis Stockholm och Göteborg. Omsättningen uppgick 2003 till 11 756 KSEK (6 819). WBM Retail har utvecklat konceptet för drift av franchisebutiker i Europa. Detta omfattar sammanlagt 10 butiker.

WBM-koncernen omsatte 114 527 KSEK under 2003 (109 957). Internhandel inom WBM-koncernen som eliminerats i koncernkonsolideringen uppgick till 51 767 KSEK (44 072).

WBM-koncernens omsättning uppgick till 173 857 KSEK under 2000. Förklaringen till den högre omsättningen är det tidigare helägda bolaget WBM Footwear AB som dekonsoliderats under 2001 och fusionerades med Scandinavian Footwear och f n ägs till 49,9 procent. Koncernens omsättning har därefter legat på en i stort sett stabil nivå. Den begränsade omsättnings-tillväxten förklaras av en fallande USD som slår på exporten samtidigt som nya satsningar hämmats av viss kapitalknapphet.

WBM Sweden svarar för 45 procent av den externa försäljningen i WBM-koncernen, WBM Clothing 31 procent, WBM 14 procent, främst royalties, och WBM Retail 10 procent.

Den största kostnadsposten är kostnad sålda varor, som under 2003 uppgick till 51 procent av omsättningen. Denna är hänförlig till produktbolaget

## Finansiell utveckling i sammandrag 1999–2003, proforma 2003–2004

Kläder, det svenska distributionsbolaget WBM Sweden och detaljisten WBM Retail, samt till royalty till Fabulous för användning av varumärket Björn Borg. Royaltysatsen ligger på 1,5–2 procent av försäljningen i detaljistledet mot konsument exklusive mervärdesskatt, i fallande omfattning i takt med att försäljningen stiger. Resterande del av rörelsekostnaderna är hänförliga till försäljning 27 procent av omsättningen, administration 11 procent och utveckling 2 procent av omsättningen.

### Rörelseresultat

WBM-koncernens rörelseresultat uppgick 2003 till 10 673 KSEK (4 839). Det beskriver en kraftigt stigande trend under femårsperioden från negativt resultat 1999–2000. Det har under åren 2002 och 2003 ökat betydligt till följd av förbättrade marginaler främst beroende på bättre inköp i produktbolaget WBM Clothing och samtidigt en positiv effekt av en fallande USD i distributörsbolaget. Även den ökade försäljningen i Bolagets helägda konceptbutiker påverkade resultatet positivt.

Bruttomarginalen ökade från 36 procent 2001 till 52 procent för perioden Q4 2003 – Q3 2004.

### Resultat efter finansiella poster

WBM-koncernens resultat efter finansiella poster uppgick 2003 till 12 710 KSEK (5 187). Trenden är stigande på samma sätt som för koncernens rörelseresultat. Resultatet i intressebolaget Scandinavian Footwear påverkade resultatet 2003 med 2 622 KSEK, en kraftig ökning från nivån för resultatandelarna för 2002 och 2001 på 796 MSEK respektive –2 858 MSEK. Under i synnerhet 2001 men även till viss del under 2002 har resultatandelarna från Scandinavian Footwear tyngts av fusionskostnader i samband med sammanslagningen av produktbolaget WBM Footwear och distributören Scandinavian Footwear. Förra årets mycket höga nivå för resultatandelarna berodde på en kraftigt ökad marginal i Scandinavian Footwear.

### Balansräkning

Balansomslutningen i WBM-koncernen uppgick 2003 till 51 324 KSEK (44 465). WBM-koncernens anläggningstillgångar avser huvudsakligen goodwill, inventarier och andelar i intressebolag. Omsättningstillgångarna består främst av varulager och kundfordringar. Likvida medel 2003 uppgick till 7 073 KSEK (6 248). Outnyttjade kreditlöften uppgick till 10 500 KSEK (10 500).

WBM-koncernens eget kapital uppgick till 27 444 KSEK (18 108). Detta motsvarar en soliditet på 53,5 procent (40,7). Motsvarande för WBM Holding-koncernen proforma per september 2004 är 54,5 procent. Kortfristiga skulder består huvudsakligen av leverantörsskulder och upplupna kostnader.

### Investeringar

WBM-koncernens investeringar i materiella anläggningstillgångar uppgick till 1 890 KSEK (1 300). Detta motsvarar tidigare nivåer under femårsperioden.

### Personal

WBM-koncernen hade 2003 i genomsnitt 36 anställda (35). Nivån har fallit från tidigare år, främst p g a dekonsolideringen av Scandinavian Footwear.

### Skattesituation

WBM Holding-koncernen har inga outnyttjade underskottsavdrag.

### Valutapolitik

Bolagets resultat påverkas av olika valutakursers utveckling. WBM Holding-koncernen är i huvudsak exponerad mot USD och HKD men också till viss del mot EUR. För att begränsa valutakursrisken har WBM Holding-koncernens målsättningen att direkt eller indirekt kurssäkra cirka 50 procent av utländska valutaflöden.

### USD

Bolagets rörelseresultat varierar med USD på så sätt att en förändring av USD/SEK relationen med 10 procent påverkar WBM Holdings rörelseresultat i Bolagets nuvarande form med ca 1 MSEK, uppåt vid en fallande USD.

### Utdelningspolitik

Det är styrelsens uppfattning att storleken på framtida utdelningar bör fastställas utifrån såväl WBM Holding-koncernens långsiktiga tillväxt och resultatutveckling som kapitalbehov för fortsatt expansion med hänsyn taget till uppställda mål. Styrelsen har ej för avsikt att föreslå någon utdelning för räkenskapsåret 2004. Styrelsens långsiktiga mål är att dela ut cirka en tredjedel av vinsten efter skatt till Bolagets aktieägare.

## Aktie- och ägarstruktur

### Aktiekapitalets utveckling

Aktiekapitalet i WBM Holding uppgår till 4 574 300 SEK, fördelat på 914 860 aktier med ett nominellt värde på 5,00 SEK per aktie. Samtliga aktier har lika rätt till andel i Bolagets tillgångar och resultat. Bolaget har endast ett aktieslag där en aktie medför en röst.

Aktiekapitalet ökar från 4 574 300 SEK till 6 824 300 SEK och antalet aktier i Bolaget ökar från 914 860 till 1 364 860 vid full teckning av föreliggande nyemission. Nedanstående tabell visar aktiekapitalets utveckling sedan bolagsbildningen.

| År   | Transaktion             | Förändring av antalet aktier | Totalt antal aktier | Förändring av aktiekapitalet | Totalt aktiekapital | Nominellt värde | Emissionskurs |
|------|-------------------------|------------------------------|---------------------|------------------------------|---------------------|-----------------|---------------|
| 2004 | Bolagsbildning          | 1 000                        | 1 000               | 100 000                      | 100 000             | 100             |               |
| 2004 | Nyemission              | 7 500                        | 8 500               | 750 000                      | 850 000             | 100             | 23,6          |
| 2004 | Apportemission          | 37 243                       | 45 743              | 3 724 300                    | 4 574 300           | 100             | 23,6          |
| 2004 | Split 20:1              | 869 117                      | 914 860             | –                            | 4 574 300           | 5               |               |
| 2004 | Föreliggande nyemission | 450 000                      | 1 364 860           | 2 250 000                    | 6 824 300           | 5               | 68            |

### Ägarstruktur

WBM Holding har 48 aktieägare innan föreliggande nyemission genomförts. Bolaget åtta största aktieägare kontrollerar tillsammans 76,8 procent av Bolaget.

| Ägare  | Antal aktier   | Andel kapital och röster, % |
|--|----------------|-----------------------------|
| Vilhelm Schottenius med familj               | 167 200        | 18,3                        |
| Nils Vinberg                                 | 100 040        | 10,9                        |
| Martin Bjäringer gm bolag                    | 100 000        | 10,9                        |
| Håkan Roos m fl parter genom Globinvest Inc. | 100 000        | 10,9                        |
| Mats H Nilsson                               | 100 000        | 10,9                        |
| Tom Böttiger direkt och gm bolag             | 58 040         | 6,3                         |
| Fredrik Lövestedt                            | 45 300         | 5,0                         |
| Rothesay Ltd                                 | 32 500         | 3,6                         |
| Övriga                                       | 211 780        | 23,2                        |
| <b>Summa</b>                                 | <b>914 860</b> | <b>100,0</b>                |

## Aktie- och ägarstruktur

Nedanstående tabell anger ägarstrukturen vid full teckning.

| <b>Ägare</b>                                 | <b>Antal aktier</b> | <b>Andel kapital och röster, %</b> |
|--|---------------------|------------------------------------|
| Vilhelm Schottenius med familj               | 167 200             | 12,3                               |
| Nils Vinberg                                 | 100 040             | 7,3                                |
| Martin Bjäringer gm bolag                    | 100 000             | 7,3                                |
| Håkan Roos m fl parter genom Globinvest Inc. | 100 000             | 7,3                                |
| Mats H Nilsson                               | 100 000             | 7,3                                |
| Tom Böttiger direkt och gm bolag             | 58 040              | 4,3                                |
| Fredrik Lövestedt                            | 45 300              | 3,3                                |
| Rothesay Ltd                                 | 32 500              | 2,4                                |
| Tecknare i emissionen                        | 450 000             | 33,0                               |
| Övriga                                       | 211 780             | 15,5                               |
| <b>Summa</b>                                 | <b>1 364 860</b>    | <b>100,0</b>                       |

### Förbindelse om fortsatt ägande

Sex av Bolagets större ägare, Vilhelm Schottenius, Nils Vinberg, Martin Bjäringer, Globinvest Inc., Mats H Nilsson och Fredrik Lövestedt har förbundit sig gentemot Erik Penser Fondkommission att inte utan Erik Penser Fondkommission skriftliga medgivande avyttra några aktier i Bolaget under de första 12 månaderna räknat från första handelsdag för aktien på Nya marknaden.

## Styrelse, ledande befattningshavare och revisorer



*Vilhelm Schottenius*



*Olle Dahlström*



*Fredrik Lövestedt*



*Mats H Nilsson*



*Håkan Roos*



*Nils Vinberg*



*Eva Engelbert*



*Margareta Bjurling*



*Jimmy Johansson*



*Håkan Petterson*



## Styrelse, ledande befattningshavare och revisorer

### Styrelse

**Vilhelm Schottenius.** Ordförande. Född 1956. Invald 2004, i WBM AB sedan 1997. Civ ek. En av grundarna till varumärket Björn Borg. Styrelseledamot Vartex AB, Handelsbanken lokalstyrelsen Varberg, Scandinavian Footwear AB, Karlsson Varuhus Sverige AB. Tidigare styrelseledamot och vd Lunarworks AB och vd Scandinavian Footwear AB.  
Aktier i WBM Holding: 167 200.

**Olle Dahlström.** Ledamot. Född 1958. Invald 2004, i WBM AB sedan 2002. Vd olika detaljhandelsbutiker, konsult detaljhandel och varumärkesfrågor. Tidigare Vd/affärsområdeschef Portwear/RNB, styrelseledamot Marc'O Polo Skandinavien AB, A-One International AB.  
Aktier i WBM Holding: 0.

**Fredrik Lövestedt.** Ledamot. Född 1956. Invald 2004. Civ ing, MBA. Vd Alert Security, Vd AB Ericsson & Lindell, styrelseledamot Musicbrigade AB. Tidigare vvd Protect Data AB.  
Aktier i WBM Holding: 45 300.

**Mats H Nilsson.** Ledamot. Född 1955. Invald 2004, i WBM AB sedan 1998. Civ ek. Initiativtagare och styrelseledamot Credelity Capital AB. Styrelseledamot Med-In Oy och Medhelp AB. Partner i Merchant Venture Investment Holdings N.V. Tidigare Executive Director Swiss Bank Corporation, London samt Director SG Warburg & Co Ltd, London.  
Aktier i WBM Holding: 100 000.

**Håkan Roos.** Ledamot. Född 1955. Invald 2004. Civ ek. Styrelseordförande Procurator AB, Thomée Industrier AB, Nordlander & Roos Fondkommission AB, Provisbankens Skånes Malmökontor (filial till Danske Bank) och Landskrona fastighets AB. Styrelseledamot i Malmö Stenhus AB, Klippo AB och Thors Hammar Vodka AB. Tidigare styrelseordförande Gandalf Data AB.  
Aktier i WBM Holding som företrädare för Globinvest Inc.: 100 000.

**Nils Vinberg.** Ledamot. Verkställande direktör. Född 1957. Invald 2004. Civ ek. Tidigare CFO WBM 1999–2004, Vd Industriell Partner AB, CFO Industriellhandelsgruppen. Aktier i WBM Holding: 100 040.

### Ledande befattningshavare

**Nils Vinberg.** Verkställande direktör. Se styrelse.

**Margareta Bjurling.** Försäljningschef. Född 1961. Rekryterad 1992. Tidigare försäljningschef Big Is Beautiful (BIB). Aktier i WBM Holding: 0.

**Eva Engelbert.** Produktchef. Född 1969. Rekryterad 1995. BA, Pol. Sci. Tidigare Vd WHYRED. Aktier i WBM Holding: 0.

**Jimmy Johansson.** Marknadschef. Född 1975. Rekryterad 2004. MBA, DIHM. Tidigare affärsområdeschef Lunarworks AB. Aktier i WBM Holding: 4 000.

**Johan Stuart.** Tf ekonomichef. Född 1957. Rekryterad 2004. Civ ek. Aktier i WBM Holding: 0.

### Revisor

**Håkan Pettersson.** Född 1964. Auktoriserad revisor Deloitte & Touche. Revisor för WBM Holding sedan 2004 och WBM-koncernen sedan 1997.

### Information om ledande befattningshavares förmåner

Den sammanlagda summan av fasta ersättningar och övriga förmåner exklusive sociala kostnader till ledande befattningshavare i Bolaget inklusive verkställande direktören uppgick 2003 till 3 405 KSEK.

Ersättning till styrelsen exklusive verkställande direktören utgår med 240 KSEK enligt bolagsstämmbeslut 30 juni 2004. Styrelsens ordförande äger rätt till extra ersättning med maximalt 180 KSEK för arbete i anledning av föreliggande nyemission.

Verkställande direktören har en fast årslön på 1 020 KSEK och en rörlig lönedel på maximalt 25 procent av en årslön som utfaller när kvalitativa och kvantitativa mål på årsbasis uppfyllts. VD har utöver lön rätt till tjänstebil och betalda pensionspremier motsvarande 25 procent av lönen. Inklusive förmåner och bonus.

Vid uppsägning från Bolagets sida har verkställande direktören rätt till 12 månaders uppsägningstid. Beslut om ersättning till VD fattas av styrelsen.

Övriga ledande befattningshavare har vanliga anställningsavtal innebärande maximalt sex månaders uppsägningstid vid uppsägning från Bolagets sida.

Ersättning till Bolagets revisorer, Deloitte & Touche, utgår enligt räkning. Ersättning för räkenskapsåret 2003 för WBM uppgick till 255 KSEK, varav 225 KSEK avsåg revision och 30 KSEK andra uppdrag.

# Delårsrapport 1 januari 2004 – 30 september 2004<sup>1)</sup>

Worldwide Brand Management Holding AB (publ) (WBM Holding) förvärvade under andra kvartalet samtliga aktier i Worldwide Brand Management AB (publ) (WBM) inklusive dotterbolag. Koncernredovisningen för WBM Holding är upprättad med den 30 juni 2004 som förvärvstidpunkt.

Siffrorna i denna delårsrapport för tredje kvartalet 2004 avser WBM Holding-koncernen som den har drivits under tredje kvartalet och som den kommer att drivas i framtiden. Såvitt gäller övriga perioder avser siffrorna den förvärvade WBM-koncernen. Siffror för WBM Holding-koncernen för 3 månader är identiska med 9 månader för 2004 beroende på förvärvstidpunkten.

## WBM-koncernen

- Nettoomsättningen uppgick till 86 628 KSEK (82 304), en ökning med 5,3 procent
- Rörelseresultatet uppgick till 7 148 KSEK (5 773), en ökning med 23,8 procent
- Resultatet efter finansnetto uppgick till 9 217 KSEK (8 671), en ökning med 6,3 procent
- Kassaflödet från den löpande verksamheten efter investeringar uppgick till 9 388 KSEK (3 072)
- Bruttovinstmarginalen ökade till 50,3 procent (47,0) och rörelsemarginalen till 8,3 procent (7,0).

## WBM Holding-koncernen

- Vinst per aktie uppgick till 3,26 SEK (Q3 2004) (efter split 20:1)

| (KSEK)                             | Q3 2004 | Q3 2004 <sup>2)</sup> | Q3 2003 | 9m 2004 | 9m 2003 | 2003 helår |
|------------------------------------|---------|-----------------------|---------|---------|---------|------------|
| Nettoomsättning                    | 31 317  | 31 317                | 30 651  | 86 628  | 82 304  | 114 527    |
| Rörelseresultat                    | 3 339   | 3 583                 | 2 691   | 7 148   | 5 773   | 10 673     |
| Res efter finansnetto              | 4 331   | 4 822                 | 5 163   | 9 217   | 8 671   | 12 711     |
| Kassaflöde löpande verk.           | 3 411   | 4 382                 | 5 840   | 9 388   | 3 072   | 5 055      |
| Vinst per aktie, EPS <sup>3)</sup> | 3,26    | i.u.                  | i.u.    | i.u.    | i.u.    | i.u.       |

1) Worldwide Brand Management Holding AB (Publ) bildades 2004-03-19. För att förtydliga verksamheten i den förvärvade koncernen redovisas detta som en 9 månadersrapport.

2) Q3 2004 avser Q3 för WBM-koncernen för jämförelse med Q3 2004 för den nya WBM Holding-koncernen.

3) Efter split 20:1. Antal aktier efter split genomförd den 4 november 2004 uppgår till 914 860.

### Nätverket

WBM Holding är moderbolag i koncernen vars verksamhet utgörs av en världsomspännande exploatering av varumärket Björn Borg grundat på en exklusiv varumärkeslicens. WBMs verksamhet bedrivs idag genom ett nätverk av produktbolag och distributörsbolag som antingen formellt ingår i koncernen eller är fristående bolag. I detaljistledet är det endast konceptbutiker som ingår i Nätverket. Gemensamt för bolag i Nätverket är att de kommersialiserar varumärket Björn Borg genom att på olika sätt med stöd av licensavtal använda varumärket i sin verksamhet.

Nätverket omsatte under delårsperioden januari – september, mätt som försäljning till återförsäljare, 194 975 KSEK (186 034) innebärande en ökning med 5 procent från samma period 2003. Den största produktgruppen är kläder som stod för 55 procent (52) av försäljningen, skor för 22 procent (25), väskor för 15 procent (16) och glasögon och parfym för 8 procent (7).

De största marknaderna är Sverige (46 procent), Holland (26 procent) samt Norge (13 procent).

### WBM Holding-koncernen

WBM Holding-koncernen består av holdingbolaget WBM Holding samt varumärkesbolaget WBM (100 procent), produktbolaget WBM Clothing (100 procent), distributionsbolaget WBM Sweden (100 procent) samt detaljbolaget WBM Retail (100 procent).

WBM äger även 49,9 procent i produktbolaget To-Two L Invest AB med dotterbolaget Scandinavian Footwear AB samt 45 procent i lagerhanteringsbolaget Anteros Lagerhantering AB.

### Utveckling under Q3 2004

WBM Holding-koncernens omsättning under tredje kvartalet ökade med 2 procent till 31 317 KSEK<sup>1)</sup>. Den svaga tillväxten berodde främst på valutaeffekter för exporten i produktbolaget för kläder samt en något svagare grossistförsäljning under tredje kvartalet i den svenska distributionsverksamheten samtidigt som försäljningen i de helägda konceptbutikerna ökade sin försäljning markant från föregående år.

Bruttomarginalen stärktes och uppgick till 51 procent (45) för tredje kvartalet, vilket i huvudsak beror på en lyckad realisation i koncernens butiker samtidigt som den stärkta situationen för den svenska kronan förbättrade marginalen för den svenska grossistverksamheten.

### Utveckling under perioden 9 månader 2004

Marknaden för koncernens produkter utvecklades positivt under perioden januari–september, både för nätverket och för koncernen. Koncernens nettoomsättning för delårsperioden januari till september uppgick till 86 628 KSEK (82 304), en ökning med 5 procent.

Bruttomarginalen stärktes från 47 till 50 procent. Detta förklaras främst av den starka svenska kronan, vilket påverkar bruttomarginalen positivt för koncernen, men också av en lyckad realisationsperiod i juli månad i koncernens butiker.

Rörelsemarginalen uppgick till 8,3 procent (7,0).

### Utveckling per rörelsegren

#### Utveckling, design och produktion

Produktbolaget WBM Clothing svarar globalt för utveckling, design och produktion av kläder. WBM har dock givit en underlicens till Scanfashion BV i Holland som utvecklar en egen kollektion anpassad till marknaden inom Beneluxländerna. WBM Clothing säljer sina produkter till Nätverkets distributörer.

WBM Clothing ökade nettoomsättningen för delårsperioden januari – september 2004 med 12 procent till 50 632 KSEK (45 294).

#### Distribution

WBM Sweden är exklusiv distributör av kläder, underkläder och badkläder på den svenska marknaden. Förutom distribution driver också WBM Sweden två s k Factory Outlet-butiker.

WBM Sweden ökade nettoomsättningen för delårsperioden januari – september 2004 med 5,0 procent till 42 784 KSEK (40 667).

1) Jämfört med samma period föregående år avseende WBM-koncernen.

#### **Detaljhandel**

WBM Retail är detaljist avseende kläder, skor och väskor genom 4 konceptbutiker på den svenska marknaden. WBM Retail ökade nettoomsättningen för delårsperioden januari – september 2004 med 80 procent till 13 508 KSEK (7 486) samtidigt som jämförbara enheter ökade med 73 procent p g a en framgångsrik realisation i juli månad. Ökningen i butikerna beror främst på ökad fokusering samt att utgångsläget var lågt.

#### **Varumärke och övrigt**

Verksamheten inom varumärkesbolaget WBM uppnådde en nettoomsättning under delårsperioden på 20 972 KSEK (20 142). Ökningen beror främst på ökad nätverksförsäljning d v s ökade royaltyintäkter medan övriga intäkter för inredning, marknadsföring, etc har minskat.

Den koncerninterna försäljningen uppgick under delårsperioden januari – september 2004 till 41 269 KSEK (31 285).

#### **Scandinavian Footwear**

Varumärket Björn Borgs skoverksamhet bedrivs genom intressebolagen Scandinavian Footwear AB och To-Two L Invest AB. Verksamheten har under delårsperioden utvecklats något sämre än föregående år p g a en något försämrad marginal.

WBM Holding-koncernens resultatandel (49,9 procent) minskade för delårsperioden till 2 181 KSEK (3 340). Anledningen till resultatförsämringen beror främst på volym- och marginalreduktion enligt ovan, men också på en ökad satsning på produktutveckling.

#### **Investeringar och avskrivningar**

Delårsperiodens investeringar uppgick till 501 KSEK (899). Avskrivningarna för materiella anläggningstillgångar uppgick till 1 059 KSEK (819) i WBM Holding-koncernen. Därutöver tillkommer goodwillavskrivningar per kvartal med 305 KSEK totalt för WBM Holding-koncernen.

Rörelsekapitalet ökade för WBM-koncernen med 744 KSEK (-3 263) bestående av en ökning av de kortfristiga skulderna inklusive leverantörsskulder med 2 875 KSEK motverkat av en ökning av lager och kundfordringar med 2 101 KSEK. Kassaflödet från den löpande verksamheten i WBM-koncernen uppgick till 9 388 KSEK (3 072).

#### **Finansiell ställning och likviditet (WBM Holding-koncernen)**

WBM Holding-koncernens likvida medel inklusive outnyttjade checkkrediter uppgick vid periodens slut till 21 545 KSEK. Soliditeten uppgick vid rapportperiodens utgång till 35,9 procent och nettoskultsättningen till 9 203 KSEK.

Antalet utestående aktier vid rapportperiodens utgång uppgick till 45 743. Omräknat för split 20:1, som beslutades på en extra bolagsstämma den 4 november 2004 efter delårsperiodens utgång, uppgår antal aktier till 914 860 aktier. Vinst per aktie i WBM Holding beräknat på 914 860 aktier uppgick till 3,26 SEK för Q3 2004.

#### **Moderbolaget**

Moderbolaget WBM Holding bedriver ingen egen rörelse förutom att äga 100 procent av aktierna i WBM. WBM Holding har under delårsperioden erhållit utdelning från WBM med 10 000 KSEK.

#### **Personal**

Medeltalet anställda uppgick under delårsperioden till 35 (36) personer.

#### **Omstrukturering av koncernen**

WBM Holding förvärvade under det andra kvartalet 2004 samtliga aktier i WBM. Koncernredovisningen för WBM Holding är upprättad baserat på den 30 juni 2004 som förvärvstidpunkt.

### Utsikter

Bolagets policy, framför allt baserat på verksamhetens natur, är att inte lämna resultatprognoser. Mot bakgrund av den pågående ägarspridningen har bolaget emellertid valt att lämna sin bedömning av resultatutvecklingen för innevarande år. WBM Holding-koncernens resultat för helåret 2004 proforma bedöms komma att hamna i nivå med 2003 års resultat proforma under förutsättning att julhandeln utvecklas i linje med föregående år.

Styrelsen lämnar följande vägledning för den fortsatta utvecklingen. Försäljning och rörelseresultat i koncernen och i intressebolaget Scandinavian Footwear har en betydande säsongsvariation med motsvarande variationer i rörelseresultatet liksom för posten "resultatandel i intressebolag". Ett antal expansiva investeringar planeras att genomföras.

### Kommande rapporttillfällen

Bokslutskommuniké för räkenskapsåret 2004 publiceras den 23 februari 2005. Rapport för det första kvartalet 2005 publiceras den 19 maj 2005. Ordinarie bolagsstämma hålls den 19 maj 2005.

### Worldwide Brand Management Holding AB (publ)

Stockholm den 22 november 2004

*Nils Vinberg*

Verkställande direktör

Delårsrapporten har varit föremål för översiktlig granskning av bolagets revisorer.

### Resultaträkning koncernen i sammandrag

| KSEK                                     | WBM Holding                         |                                     | WBM                                 |                                    |                                    |                                     |
|--|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|-------------------------------------|
|  | 3 månader<br>Juli 2004–<br>Sep 2004 | 3 månader<br>Juli 2004–<br>Sep 2004 | 3 månader<br>Juli 2003–<br>Sep 2003 | 9 månader<br>Jan 2004–<br>Sep 2004 | 9 månader<br>Jan 2003–<br>Sep 2003 | 12 månader<br>Jan 2003–<br>Dec 2003 |
| Nettoomsättning                          | 31 317                              | 31 317                              | 30 651                              | 86 628                             | 82 304                             | 114 527                             |
|  | <b>31 317</b>                       | <b>31 317</b>                       | <b>30 651</b>                       | <b>86 628</b>                      | <b>82 304</b>                      | <b>114 527</b>                      |
| Kostnader sålda varor                    | -15 332                             | -15 332                             | -16 939                             | -43 047                            | -43 618                            | -57 956                             |
| <b>Bruttovinst</b>                       | <b>15 985</b>                       | <b>15 985</b>                       | <b>13 712</b>                       | <b>43 581</b>                      | <b>38 686</b>                      | <b>56 571</b>                       |
| Försäljningskostnader                    | -8 831                              | -8 661                              | -7 710                              | -25 442                            | -23 068                            | -31 492                             |
| Administrationskostnader                 | -3 251                              | -3 188                              | -2 818                              | -9 364                             | -8 370                             | -12 418                             |
| Utvecklingskostnader                     | -564                                | -554                                | -493                                | -1 626                             | -1 474                             | -1 988                              |
| <b>Rörelseresultat</b>                   | <b>3 339</b>                        | <b>3 583</b>                        | <b>2 691</b>                        | <b>7 148</b>                       | <b>5 773</b>                       | <b>10 673</b>                       |
| Andel i intressebolag                    | 1 142                               | 1 142                               | 2 654                               | 2 181                              | 3 340                              | 2 622                               |
| Finansnetto                              | -150                                | 97                                  | -182                                | -112                               | -442                               | -585                                |
| <b>Resultat efter finansiella poster</b> | <b>4 331</b>                        | <b>4 822</b>                        | <b>5 163</b>                        | <b>9 217</b>                       | <b>8 671</b>                       | <b>12 710</b>                       |
| Skatter                                  | -1 350                              | -1 350                              | -1 446                              | -2 631                             | -2 428                             | -3 373                              |
| <b>RESULTAT EFTER SKATT</b>              | <b>2 981</b>                        | <b>3 472</b>                        | <b>3 717</b>                        | <b>6 586</b>                       | <b>6 243</b>                       | <b>9 337</b>                        |

### Balansräkning koncernen i sammandrag

| KSEK                                  | WBM Holding   | WBM           |               |               |
|---------------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
|                                       | 04-09-30      | 04-09-30      | 03-09-30      | 03-12-31      |
| <b>Tillgångar</b>                     |               |               |               |               |
| Immateriella anläggningstillgångar    | 10 716        | 1 142         | 1 382         | 1 322         |
| Materiella anläggningstillgångar      | 2 552         | 2 552         | 2 560         | 3 110         |
| Finansiella anläggningstillgångar     | 6 792         | 6 792         | 6 267         | 4 951         |
| Varulager                             | 17 260        | 17 260        | 9 264         | 15 554        |
| Övriga omsättningstillgångar          | 19 579        | 19 580        | 16 068        | 19 315        |
| Likvida medel                         | 11 045        | 10 913        | 6 602         | 7 073         |
| <b>Summa tillgångar</b>               | <b>67 944</b> | <b>58 239</b> | <b>42 143</b> | <b>51 325</b> |
| <b>Eget kapital och skulder</b>       |               |               |               |               |
| Eget kapital                          | 24 361        | 24 031        | 24 351        | 27 445        |
| Långfristiga skulder, räntebärande    | 12 000        | 0             | 0             | 0             |
| Kortfristiga skulder, räntebärande    | 8 248         | 4 248         | 5 432         | 5 293         |
| Övriga kortfristiga skulder           | 23 335        | 29 960        | 12 360        | 18 587        |
| <b>SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER</b> | <b>67 944</b> | <b>58 239</b> | <b>42 143</b> | <b>51 325</b> |

### Kassaflödesanalys koncernen i sammandrag

| KSEK   | WBM Holding    | WBM                   |                       |                       |
|--|----------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
|  | 04-09-30       | Jan 2004–<br>Sep 2004 | Jan 2003–<br>Sep 2003 | Jan 2003–<br>Dec 2003 |
| Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapitalet | 3 756          | 8 614                 | 6 335                 | 10 968                |
| Förändring av rörelsekapitalet   | -345           | 774                   | -3 263                | -5 913                |
| <b>Kassaflöde från den löpande verksamheten</b>                              | <b>3 411</b>   | <b>9 388</b>          | <b>3 072</b>          | <b>5 055</b>          |
| Kassaflöde från investeringsverksamheten                                     | -22 496        | -501                  | -899                  | -1 709                |
| <b>Kassaflöde efter investeringar</b>  | <b>-19 085</b> | <b>8 887</b>          | <b>2 173</b>          | <b>3 346</b>          |
| Kassaflöde från finansieringsverksamheten                                    | 21 807         | -5 044                | -1 818                | -2 522                |
| <b>PERIODENS KASSAFLÖDE</b>  | <b>2 722</b>   | <b>3 843</b>          | <b>355</b>            | <b>824</b>            |

**Nyckeltal**

|   | <b>WBM Holding</b>                           |  |  | <b>WBM</b>                                  |   |  |
|---|--|--|--|---|---|--|
|   | <b>3 månader<br/>Juli 2004–<br/>Sep 2004</b> | <b>3 månader<br/>Juli 2004–<br/>Sep 2004</b> | <b>3 månader<br/>Juli 2003–<br/>Sep 2003</b> | <b>9 månader<br/>Jan 2004–<br/>Sep 2004</b> | <b>9 månader<br/>Jan 2003–<br/>Sep 2003</b> | <b>12 månader<br/>Jan 2003–<br/>Dec 2003</b> |
| Bruttovinstmarginal, %                            | 51,0%  | 51,0%  | 44,7%  | 50,3%                                       | 47,0%                                       | 49,4%  |
| Rörelsemarginal, %                                | 10,7%  | 11,4%  | 8,8%   | 8,3%  | 7,0%  | 9,3%   |
| Vinstmarginal, %                                  | 9,5%   | 11,1%  | 12,1%  | 7,6%  | 7,6%  | 8,2%   |
| Räntabilitet på sysselsatt kapital, %             |  |  |  |   |   | 28,9%  |
| Räntabilitet på eget kapital, %                   |  |  |  |   |   | 34,0%  |
| Soliditet, %                                      | 35,9%  | 41,3%  | 57,8%  | 41,3%                                       | 57,8%                                       | 53,5%  |
| Medelantal anställda, heltid vid periodens utgång | 35   | 35   | 35   | 35  | 35  | 35   |

**Redovisningsprinciper**

Redovisningsprinciper och beräkningsmetoder i och WBM Holding-koncernen överensstämmer med de som används i den senaste årsredovisningen för WBM-koncernen.

**Nycketal**

|   |   |
|---|---|
| <i>Bruttovinstmarginal</i>                | Nettoomsättningen minus kostnader för sålda varor i förhållande till nettoomsättningen                |
| <i>Rörelsemarginal</i>                    | Rörelseresultat i förhållande till nettoomsättning  |
| <i>Vinstmarginal</i>                      | Resultat efter skatt i förhållande till nettoomsättningen   |
| <i>Räntabilitet på sysselsatt kapital</i> | Resultat efter finansnetto plus finansiella kostnader i procent av genomsnittligt sysselsatt kapital. |
| <i>Räntabilitet på eget kapital</i>       | Nettovinst enligt resultaträkningen i procent av genomsnittligt eget kapital                          |
| <i>Soliditet</i>                          | Det egna kapitalet i förhållande till det totala kapitalet.   |

## Balansräkning moderbolaget WBM Holding 2004-09-30

Bolaget förvärvade i slutet av andra kvartalet 2004 kontant 56 procent av aktierna i WBM. Aktierna finansierades dels genom en nyemission, dels genom bankfinansiering. Resterande aktier i WBM förvärvades genom apportemission, där de tidigare ägarna i WBM erhöll en ny aktie i WBM Holding för varje aktie i WBM.

| <b>(KSEK)</b>                                   | <b>WBM<br/>Holding<br/>2004-09-30</b> |
|---|---------------------------------------|
| <b>Tillgångar</b>                               |                                       |
| Finansiella anläggningstillgångar <sup>1)</sup> | 40 215                                |
| Kortfristiga fordringar                         | 6 625                                 |
| Likvida medel                                   | 132                                   |
| <b>Summa tillgångar</b>                         | <b>46 972</b>                         |
| <b>Eget kapital och skulder</b>                 |                                       |
| Eget kapital                                    | 30 972                                |
| Långfristiga skulder                            | 12 000                                |
| Kortfristiga skulder                            | 4 000                                 |
| <b>Summa eget kapital och skulder</b>           | <b>46 972</b>                         |

1) Utgörs av samtliga aktier i WBM.

Vid ordinarie bolagsstämma i WBM den 30 juni 2004 beslutades om en utdelning till moderbolaget WBM Holding om 10 000 KSEK.



## Räkenskaper 2001–2003

### Koncernens resultaträkning

| <b>(KSEK)</b>                                  | <b>Tilläggs-<br/>upplysningar</b> | <b>1/1-31/12-2003</b> | <b>1/1-31/12-2002</b> | <b>1/1-31/12-2001</b> |
|--|-----------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Nettoomsättning                                | 1                                 | 114 527               | 109 957               | 117 686               |
| Kostnad sålda varor                            |                                   | -57 956               | -64 440               | -74 953               |
| <b>Bruttoresultat</b>                          |                                   | <b>56 571</b>         | <b>45 517</b>         | <b>42 733</b>         |
| Försäljningskostnader                          | 2, 3                              | -31 492               | -25 867               | -27 275               |
| Administrationskostnader                       | 2, 3                              | -12 418               | -12 827               | -10 424               |
| Utvecklingskostnader                           | 2, 3                              | -1 988                | -1 984                | -1 828                |
| <b>Rörelseresultat</b>                         |                                   | <b>10 673</b>         | <b>4 839</b>          | <b>3 206</b>          |
| <b>Resultat från finansiella investeringar</b> |                                   |                       |                       |                       |
| Resultat från andelar i intressebolag          | 5                                 | 2 622                 | 796                   | -2 858                |
| Ränteintäkter                                  |                                   | 304                   | 141                   | 341                   |
| Räntekostnader                                 |                                   | -889                  | -589                  | -749                  |
| Summa resultat från finansiella poster         |                                   | 2 037                 | 348                   | -3 266                |
| <b>Resultat efter finansiella poster</b>       |                                   | <b>12 710</b>         | <b>5 187</b>          | <b>-60</b>            |
| Skatt på årets resultat                        | 4                                 | -3 373                | -130                  | 150                   |
| <b>ÅRETS RESULTAT</b>                          |                                   | <b>9 337</b>          | <b>5 057</b>          | <b>90</b>             |

Räkenskaper 2001–2003

**Koncernens balansräkning**

| <b>(KSEK)</b>                             | <b>Tilläggs-<br/>upplysningar</b> | <b>31/12-2003</b> | <b>31/12-2002</b> | <b>31/12-2001</b> |
|---|-----------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| <b>TILLGÅNGAR</b>                         |                                   |                   |                   |                   |
| <b>Anläggningstillgångar</b>              |                                   |                   |                   |                   |
| <i>Immateriella anläggningstillgångar</i> |                                   |                   |                   |                   |
| Goodwill                                  | 6                                 | 1 322             | 1 562             | 1 803             |
|   |                                   | 1 322             | 1 562             | 1 803             |
| <i>Materiella anläggningstillgångar</i>   |                                   |                   |                   |                   |
| Inventarier                               | 6                                 | 3 110             | 2 484             | 2 104             |
|   |                                   | 3 110             | 2 484             | 2 104             |
| <i>Finansiella anläggningstillgångar</i>  |                                   |                   |                   |                   |
| Aktier i intressebolag                    | 7                                 | 4 059             | 2 171             | 1 717             |
| Uppskjuten skattefordran                  | 4                                 | 892               | 3 088             | 2 876             |
|   |                                   | 4 950             | 5 259             | 4 593             |
| <b>Summa anläggningstillgångar</b>        |                                   | <b>9 383</b>      | <b>9 305</b>      | <b>8 500</b>      |
| <b>Omsättningstillgångar</b>              |                                   |                   |                   |                   |
| <i>Varulager</i>                          |                                   |                   |                   |                   |
| Handelslager                              |                                   | 15 554            | 12 363            | 11 255            |
|   |                                   | 15 554            | 12 363            | 11 255            |
| <i>Kortfristiga fordringar</i>            |                                   |                   |                   |                   |
| Kundfordringar                            |                                   | 12 862            | 10 992            | 17 658            |
| Övriga fordringar                         |                                   | 1 738             | 1 634             | 1 366             |
| Förutbetalda kostnader, upplupna intäkter | 8                                 | 4 715             | 3 922             | 3 026             |
| <b>Summa kortfristiga fordringar</b>      |                                   | <b>19 315</b>     | <b>16 548</b>     | <b>22 050</b>     |
| Kassa och bank                            | 9                                 | 7 073             | 6 248             | 3 294             |
| <b>Summa omsättningstillgångar</b>        |                                   | <b>41 941</b>     | <b>35 159</b>     | <b>36 599</b>     |
| <b>SUMMA TILLGÅNGAR</b>                   |                                   | <b>51 324</b>     | <b>44 465</b>     | <b>45 099</b>     |

Räkenskaper 2001–2003

**Koncernens balansräkning**

| <b>(KSEK)</b>                             | <b>Tilläggs-<br/>upplysningar</b> | <b>31/12-2003</b> | <b>31/12-2002</b> | <b>31/12-2001</b> |
|---|-----------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| <b>EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>           |                                   |                   |                   |                   |
| Eget kapital                              | 10                                |                   |                   |                   |
| <i>Bundet eget kapital</i>                |                                   |                   |                   |                   |
| Aktiekapital                              |                                   | 8 481             | 8 481             | 8 481             |
| Bundna reserver                           |                                   | 5 854             | 5 654             | 5 654             |
|   |                                   | 14 334            | 14 135            | 14 135            |
| <i>Fritt eget kapital</i>                 |                                   |                   |                   |                   |
| Fria reserver                             |                                   | 3 773             | -1 084            | -1 174            |
| Nettoresultat                             |                                   | 9 337             | 5 057             | 90                |
|   |                                   | 13 110            | 3 973             | -1 084            |
| <b>Summa eget kapital</b>                 |                                   | <b>27 444</b>     | <b>18 108</b>     | <b>13 051</b>     |
| <b>Kortfristiga skulder</b>               |                                   |                   |                   |                   |
| Skulder till kreditinstitut               | 11<br>9                           | 5 293             | 3 749             | 5 223             |
| Leverantörsskulder                        |                                   | 8 909             | 11 090            | 14 178            |
| Skatteskulder                             |                                   | 233               | 40                | 204               |
| Övriga skulder                            |                                   | 2 566             | 6 632             | 8 643             |
| Upplupna kostnader, förutbetalda intäkter | 12                                | 6 879             | 4 845             | 3 799             |
|   |                                   | 23 880            | 26 356            | 32 048            |
| <b>Summa skulder</b>                      |                                   | <b>23 880</b>     | <b>26 356</b>     | <b>32 048</b>     |
| <b>SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>     |                                   | <b>51 324</b>     | <b>44 465</b>     | <b>45 099</b>     |
| <b>POSTER INOM LINJEN</b>                 |                                   |                   |                   |                   |
| Ställda säkerheter                        |                                   | 26 769            | 25 024            | 29 182            |
| Ansvarsförbindelser                       |                                   | 650               | 650               | 650               |
| <b>Summa</b>                              | <b>13</b>                         | <b>27 419</b>     | <b>27 419</b>     | <b>29 832</b>     |

Räkenskaper 2001–2003

**Koncernens kassaflödesanalys**

| <b>(KSEK)</b>   | <b>2003</b>   | <b>2002</b>   | <b>2001</b>   |
|---|---------------|---------------|---------------|
| Resultat efter finansiella poster   | 12 710        | 5 187         | -60           |
| Justering för poster som inte ingår i kassaflödet                                   | -1 510        | 3 351         | -395          |
| Betald skatt  | -232          | -294          | -             |
| <b>Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapitalet</b> | <b>10 968</b> | <b>8 244</b>  | <b>-455</b>   |
| Förändring av varulager   | -3 190        | -1 109        | 3 818         |
| Förändring av kundfordringar  | -1 870        | 6 666         | -6 558        |
| Förändring av övriga fordringar   | -897          | -1 164        | 17            |
| Förändring av leverantörsskulder  | -2 181        | -3 088        | 3 457         |
| Förändring av övriga kortfristiga skulder   | 2 226         | -680          | 4 543         |
| <b>Förändring av rörelsekapitalet</b>   | <b>-5 912</b> | <b>626</b>    | <b>5 277</b>  |
| <b>Kassaflöde från den löpande verksamheten</b>                                     | <b>5 056</b>  | <b>8 870</b>  | <b>4 822</b>  |
| <b>Investeringsverksamheten</b>   |               |               |               |
| Förvärv av aktier   | -             | -             | -6 600        |
| Försäljning av aktier   | -             | -             | 6 600         |
| Investering i inventarier   | -1 709        | -1 300        | -127          |
| <b>Kassaflöde från investeringsverksamheten</b>                                     | <b>-1 709</b> | <b>-1 300</b> | <b>727</b>    |
| <b>Finansieringsverksamheten</b>  |               |               |               |
| Förändring av skulder   | -2 522        | -4 616        | -3 678        |
| <b>Kassaflöde från finansieringsverksamheten</b>                                    | <b>-2 522</b> | <b>-4 616</b> | <b>-3 678</b> |
| <b>ÅRETS KASSAFLÖDE</b>   | <b>825</b>    | <b>2 954</b>  | <b>1 871</b>  |
| <b>ÅRETS KASSAFLÖDE</b>   | <b>825</b>    | <b>2 954</b>  | <b>1 871</b>  |
| Likvida medel vid årets början  | 6 248         | 3 294         | 1 423         |
| Likvida medel vid årets slut  | 7 073         | 6 248         | 3 294         |
| Ökning/minskning av likvida medel   | 825           | 2 954         | 1 871         |

Räkenskaper 2001–2003

**Moderbolagets resultaträkning**

| <b>(KSEK)</b>                                  | <b>Tilläggs-<br/>upplysningar</b> | <b>1/1-31/12-2003</b> | <b>1/1-31/12-2002</b> | <b>1/1-31/12-2001</b> |
|--|-----------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Nettoomsättning                                | 1                                 | 26 240                | 24 226                | 22 511                |
| Kostnad sålda varor                            |                                   | -9 503                | -9 171                | -7 972                |
| <b>Bruttoresultat</b>                          |                                   | <b>16 737</b>         | <b>15 055</b>         | <b>14 539</b>         |
| Försäljningskostnader                          | 2, 3                              | -6 091                | -6 883                | -6 252                |
| Administrationskostnader                       | 2, 3                              | -2 343                | -2 647                | -2 404                |
| Utvecklingskostnader                           | 2, 3                              | -937                  | -1 059                | -962                  |
| <b>Rörelseresultat</b>                         |                                   | <b>7 366</b>          | <b>4 466</b>          | <b>4 921</b>          |
| <b>Resultat från finansiella investeringar</b> |                                   |                       |                       |                       |
| Resultat från andelar i intressebolag          | 5                                 | -                     | -                     | -2 400                |
| Ränteintäkter                                  |                                   | 9                     | 82                    | 183                   |
| Räntekostnader                                 |                                   | -380                  | -97                   | -329                  |
| Summa resultat från finansiella poster         |                                   | -371                  | -15                   | -2 546                |
| <b>Resultat efter finansiella poster</b>       |                                   | <b>6 995</b>          | <b>4 451</b>          | <b>2 375</b>          |
| Bokslutsdispositioner                          | 14                                | -276                  | -                     | -                     |
| Skatt på årets resultat                        | 4                                 | 893                   | 1 276                 | -1 274                |
| <b>ÅRETS RESULTAT</b>                          |                                   | <b>7 613</b>          | <b>5 727</b>          | <b>1 101</b>          |

**Moderbolagets balansräkning**

| <b>(KSEK)</b>                             | <b>Tilläggs-<br/>upplysningar</b> | <b>31/12-2003</b> | <b>31/12-2002</b> | <b>31/12-2001</b> |
|---|-----------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| <b>TILLGÅNGAR</b>                         |                                   |                   |                   |                   |
| <b>Anläggningstillgångar</b>              |                                   |                   |                   |                   |
| <i>Materiella anläggningstillgångar</i>   |                                   |                   |                   |                   |
| Inventarier                               | 6                                 | 763               | 879               | 1 028             |
|   |                                   | 763               | 879               | 1 028             |
| <i>Finansiella anläggningstillgångar</i>  |                                   |                   |                   |                   |
| Aktier i dotterbolag                      | 7                                 | 4 290             | 4 290             | 4 240             |
| Aktier i interssebolag                    |                                   | 4 200             | 4 200             | 4 200             |
|   |                                   | 8 490             | 8 490             | 8 440             |
| <b>Summa anläggningstillgångar</b>        |                                   | <b>9 253</b>      | <b>9 369</b>      | <b>9 468</b>      |
| <b>Omsättningstillgångar</b>              |                                   |                   |                   |                   |
| <i>Kortfristiga fordringar</i>            |                                   |                   |                   |                   |
| Kundfordringar                            |                                   | 1 376             | 1 400             | 1 296             |
| Fordringar hos koncernföretag             |                                   | 25 036            | 13 431            | 10 349            |
| Övriga fordringar                         |                                   | –                 | 92                | 46                |
| Förutbetalda kostnader, upplupna intäkter | 8                                 | 2 504             | 4 236             | 2 264             |
| Summa kortfristiga fordringar             |                                   | 28 917            | 19 159            | 13 955            |
| Kassa och bank                            | 9                                 | 1 405             | 1 064             | 548               |
| <b>Summa omsättningstillgångar</b>        |                                   | <b>30 322</b>     | <b>20 223</b>     | <b>14 503</b>     |
| <b>SUMMA TILLGÅNGAR</b>                   |                                   | <b>39 575</b>     | <b>29 592</b>     | <b>23 971</b>     |

Räkenskaper 2001–2003

**Moderbolagets balansräkning**

| <b>(KSEK)</b>                             | <b>Tilläggs-<br/>upplysningar</b> | <b>31/12-2003</b> | <b>31/12-2002</b> | <b>31/12-2001</b> |
|---|-----------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| <b>EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>           |                                   |                   |                   |                   |
| Eget kapital                              | 10                                |                   |                   |                   |
| <i>Bundet eget kapital</i>                |                                   |                   |                   |                   |
| Aktiekapital                              |                                   | 8 481             | 8 481             | 8 481             |
| Bundna reserver                           |                                   | 5 654             | 5 654             | 5 654             |
|   |                                   | 14 135            | 14 135            | 14 135            |
| <i>Fritt eget kapital</i>                 |                                   |                   |                   |                   |
| Fria reserver                             |                                   | 10 467            | 1 846             | -2 536            |
| Nettoreultat                              |                                   | 7 613             | 5 727             | 1 101             |
|   |                                   | 18 080            | 7 573             | -1 435            |
| <b>Summa eget kapital</b>                 |                                   | <b>32 215</b>     | <b>21 708</b>     | <b>12 700</b>     |
| Obeskattade reserver                      | 14                                | 276               | -                 | -                 |
| <b>Kortfristiga skulder</b>               |                                   |                   |                   |                   |
| Skulder till kreditinstitut               | 9                                 | -                 | -                 | 884               |
| Leverantörsskulder                        |                                   | 1 085             | 2 383             | 1 223             |
| Skatteskulder                             |                                   | 233               | -                 | 131               |
| Övriga skulder                            |                                   | 2 241             | 3 302             | 6 775             |
| Upplupna kostnader, förutbetalda intäkter | 12                                | 3 526             | 2 164             | 2 258             |
|   |                                   | 7 084             | 7 884             | 11 271            |
| <b>Summa skulder</b>                      |                                   | <b>7 084</b>      | <b>7 884</b>      | <b>11 271</b>     |
| <b>SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>     |                                   | <b>39 575</b>     | <b>29 592</b>     | <b>23 971</b>     |
| <b>POSTER INOM LINJEN</b>                 |                                   |                   |                   |                   |
| Ställda säkerheter                        |                                   | 12 440            | 12 440            | 12 440            |
| Ansvarsförbindelser                       |                                   | 3 500             | 3 500             | 3 500             |
| <b>Summa</b>                              | <b>13</b>                         | <b>15 940</b>     | <b>15 940</b>     | <b>15 940</b>     |

Räkenskaper 2001–2003

**Moderbolagets kassaflödesanalys**

| <b>(KSEK)</b>   | <b>2003</b>   | <b>2002</b>   | <b>2001</b>   |
|---|---------------|---------------|---------------|
| Resultat efter finansiella poster   | 6 995         | 4 451         | 2 375         |
| Justering för poster som inte ingår i kassaflödet                                   | 487           | 468           | 2 862         |
| Betald skatt  | -232          | -131          | -             |
| <b>Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapitalet</b> | <b>7 251</b>  | <b>4 788</b>  | <b>5 237</b>  |
| Förändring av kundfordringar  | 24            | -104          | -439          |
| Förändring av övriga fordringar   | -3 925        | -5 150        | 981           |
| Förändring av leverantörsskulder  | -1 299        | 1 160         | -2 792        |
| Förändring av övriga kortfristiga skulder   | 497           | -391          | 5 243         |
| <b>Förändring av rörelsekapitalet</b>   | <b>-4 702</b> | <b>-4 485</b> | <b>2 993</b>  |
| <b>Kassaflöde från den löpande verksamheten</b>                                     | <b>2 548</b>  | <b>303</b>    | <b>8 230</b>  |
| <b>Investeringsverksamheten</b>   |               |               |               |
| Förvärv av aktier   | -             | -             | -6 600        |
| Försäljning av aktier   | -             | -             | 6 600         |
| Investering i inventarier   | -369          | -319          | -65           |
| <b>Kassaflöde från investeringsverksamheten</b>                                     | <b>-369</b>   | <b>-319</b>   | <b>-65</b>    |
| <b>Finansieringsverksamheten</b>  |               |               |               |
| Lämnat koncernbidrag  | -             | -             | -4 550        |
| Erhållet koncernbidrag  | 4 020         | 4 558         | -             |
| Förändring av skulder   | -5 857        | -4 026        | -3 099        |
| <b>Kassaflöde från finansieringsverksamheten</b>                                    | <b>-5 857</b> | <b>-4 026</b> | <b>-3 099</b> |
| <b>ÅRETS KASSAFLÖDE</b>   | <b>342</b>    | <b>516</b>    | <b>516</b>    |
| <b>ÅRETS KASSAFLÖDE</b>   | <b>342</b>    | <b>516</b>    | <b>516</b>    |
| Likvida medel vid årets början  | 1 064         | 548           | 32            |
| Likvida medel vid årets slut  | 1 405         | 1 064         | 548           |
| Ökning/minskning av likvida medel   | 342           | 516           | 516           |



## Räkenskaper 2001–2003

### TILLÄGGSUPPLYSNINGAR

#### A. REDOVISNINGS- OCH VÄRDERINGSPRINCIPER

Årsredovisningen är upprättad enligt Årsredovisningslagen, Bokföringsnämndens råd och rekommendationer och god redovisnings-sed.

Redovisningsprinciperna är oförändrade i jämförelse med hela perioden.

#### Koncernredovisning

Koncernredovisningen omfattar moderbolaget Worldwide Brand Management AB och alla bolag i vilka Worldwide Brand Management AB direkt eller indirekt innehar mer än 50 procent av röst-värdet.

Koncernredovisningen upprättas i enlighet med Redovisnings-rådets rekommendation RR 1:00, vilket innebär att anskaffnings-värdet på aktier i dotterföretag elimineras mot eget kapital i respektive bolag vid förvärvstillfället, inklusive förvärvad andel av eget kapital i obeskattade reserver.

Koncernredovisningen har upprättats som om alla dotterföretag vid förvärvstidpunkten är anskaffade till 100 procent. Därmed har principen om redovisning av stegvisa förvärv frångåtts.

Aktieinnehav i intresseföretag, i vilka koncernen har lägst 20 procent och högst 50 procent av rösterna eller på annat sätt har ett betydande inflytande över den driftmässiga och finansiella styrningen, redovisas enligt kapitalandelsmetoden. Kapitalandels-metoden innebär att det i koncernen bokförda värdet motsvaras av koncernens andel i intresseföretagets egna kapital. I resultaträk-ningen redovisas som "Resultat från andelar i intresseföretag" koncernens andel av intresseföretagets resultat inkl avskrivning av eventuell goodwill på innehavet av intresseföretaget.

Uppskjuten skattefordran redovisas på de underskottsavdrag till den del de bedöms kunna utnyttjas. Den uppskjutna skatte-fordran redovisas i koncernbalansräkningen på en egen rad under

Finansiella anläggningstillgångar. Från denna skattefordran avgår skatteinnehållet i eliminerade obeskattade reserver.

Endast den del av eget kapital i dotterföretagen som skapats efter förvärvstidpunkten ingår i koncernens eget kapital.

#### Internförsäljning

Prissättning vid leveranser mellan koncernbolag sker med tilläm-pande av affärsmässiga principer. Interna resultat som uppkom-mer vid försäljning mellan koncernbolag har eliminerats.

#### Fordringar

Fordringar upptas till det belopp som efter individuell prövning beräknas bli betalt.

#### Fordringar och skulder i utländsk valuta

Fordringar och skulder omräknas efter balansdagens kurs.

#### Varulager

Varulagret är värderat enligt lägsta värdets princip, d v s till de lägsta av anskaffningsvärde och verkligt värde. Vid bestämmande av anskaffningsvärdet är först-in-först-ut principen tillämpad. Verk-ligt värde utgörs av beräknat försäljningsvärde med avdrag för beräknad försäljningskostnad.

#### Anläggningstillgångar

Materiella anläggningstillgångar skrivs av systematiskt över den bedömda livslängden. Härvid tillämpas följande avskrivningstider:

|          |       |             |        |
|----------|-------|-------------|--------|
| Goodwill | 10 år | Inventarier | 3–5 år |
|----------|-------|-------------|--------|

Förvärvad goodwill hänför sig till ett exklusivt licensavtal med löptid t o m 2020, varför en längre avskrivningstid än 5 år bedöms skälig.

#### B. UPPLYSNINGAR TILL RESULTATRÄKNINGEN

##### 1 Nettoomsättningens fördelning

| (KSEK)     | Koncernen      |                |                |                | Moderbolaget   |                |
|------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
|            | 1/1-31/12 2003 | 1/1-31/12 2002 | 1/1-31/12 2001 | 1/1-31/12 2003 | 1/1-31/12 2002 | 1/1-31/12 2001 |
| Sverige    | 65 798         | 60 612         | 62 047         | 21 061         | 19 182         | 18 251         |
| Övriga EU  | 40 195         | 37 066         | 44 761         | 4 577          | 3 773          | 3 192          |
| Utanför EU | 8 534          | 12 279         | 10 878         | 602            | 1 271          | 1 068          |
|            | 114 527        | 109 957        | 117 686        | 26 240         | 24 226         | 22 511         |

Av periodens nettoomsättning respektive inköp i moderbolaget avser 23 (22) (22)% respektive 2 (2) (2)% koncerninterna transaktioner.

## Räkenskaper 2001–2003

### 2 Löner, andra ersättningar och sociala kostnader

| (KSEK)   | Koncernen      |                |                | Moderbolaget   |                |                |
|--|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
|  | 1/1-31/12 2003 | 1/1-31/12 2002 | 1/1-31/12 2001 | 1/1-31/12 2003 | 1/1-31/12 2002 | 1/1-31/12 2001 |
| <i>Medelantalet anställda har varit:</i>                                     |                |                |                |                |                |                |
| Kvinnor  | 26             | 25             | 30             | 2              | 2              | 1              |
| Män  | 10             | 10             | 14             | 2              | 2              | 3              |
| <b>Totalt</b>  | <b>36</b>      | <b>35</b>      | <b>44</b>      | <b>4</b>       | <b>4</b>       | <b>4</b>       |
| <i>Löner och andra ersättningar:</i>   |                |                |                |                |                |                |
| Styrelse och verkställande direktör  | 957            | 1 083          | 1 824          | 957            | 918            | 918            |
| Övriga anställda   | 10 943         | 8 776          | 10 680         | 1 465          | 1 586          | 1 586          |
| <b>Totalt löner och ersättningar</b>   | <b>11 900</b>  | <b>9 859</b>   | <b>12 504</b>  | <b>2 422</b>   | <b>2 504</b>   | <b>2 504</b>   |
| Sociala avgifter enligt lag och avtal  | 4 298          | 3 492          | 4 376          | 910            | 935            | 855            |
| <i>Pensionskostnader:</i>  |                |                |                |                |                |                |
| Styrelse och verkställande direktör  | 173            | 205            | 321            | 173            | 170            | 154            |
| Övriga anställda   | 1 155          | 951            | 1 027          | 299            | 286            | 302            |
| <b>Summa pensionskostnader</b>   | <b>1 328</b>   | <b>1 156</b>   | <b>1 348</b>   | <b>473</b>     | <b>456</b>     | <b>456</b>     |
| <b>Totala löner och ersättningar, pensionskostnader och sociala avgifter</b> | <b>17 526</b>  | <b>14 507</b>  | <b>18 228</b>  | <b>3 805</b>   | <b>3 895</b>   | <b>3 815</b>   |
| <i>Sjukfrånvaro för perioden 2003-07-01 - 2003-12-31</i>                     |                |                |                |                |                |                |
| Total sjukfrånvaro   | 1%             | iu             | iu             | 5%             | iu             | iu             |
| – långtidssjukfrånvaro (>60 dgr)   | 0%             | iu             | iu             | 0%             | iu             | iu             |
| – sjukfrånvaro för män   | 1%             | iu             | iu             | 3%             | iu             | iu             |
| – sjukfrånvaro för kvinnor   | 1%             | iu             | iu             | 7%             | iu             | iu             |
| <i>Fördelning mellan kvinnor och män bland ledande befattningshavare</i>     |                |                |                |                |                |                |
| Styrelse   | Män            | Kvinnor        |                |                |                |                |
| Övriga befattningshavare   | 5              | 1              |                |                |                |                |
|  | 4              | 3              |                |                |                |                |

Avtal om avgångsvederlag har träffats för verkställande direktör i koncernen och moderbolaget uppgående till ett års lön.

### 3 Arvode till revisorer

| (KSEK)        | Koncernen      |                |                | Moderbolaget   |                |                |
|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
|               | 1/1-31/12 2003 | 1/1-31/12 2002 | 1/1-31/12 2001 | 1/1-31/12 2003 | 1/1-31/12 2002 | 1/1-31/12 2001 |
| Revision      | 225            | 239            | 315            | 105            | 105            | 181            |
| Andra uppdrag | 30             | 30             | 147            | 30             | 30             | 147            |
|               | 255            | 269            | 462            | 135            | 135            | 328            |

### 4 Skillnad mellan bolagets skattekostnad och skattekostnad baserad på gällande skattesats består av följande komponenter

| (KSEK)   | Moderbolaget   |                |                |
|--|----------------|----------------|----------------|
|  | 1/1-31/12 2003 | 1/1-31/12 2002 | 1/1-31/12 2001 |
| Redovisat resultat före skatt  | 6 719          | 4 451          | 2 375          |
| Skatt enligt gällande skattesats   | 1 881          | 1 246          | 665            |
| Skatteeffekt av kostnader/intäkter som inte är skattemässigt avdragsgilla/beskattningsbara | 44             | 34             | 34             |
| Skatteeffekt av realiserad tidigare ej avdragsgill kostnad                                 | –              | –4 105         | –              |
| Skatteeffekt av tidigare underskott  | –2 819         | –5 588         | –908           |
| Kvarvarande skattemässigt underskott   | –              | 3 032          | 5 588          |
| Redovisad skattekostnad  | –893           | –1 276         | 1 274          |
| Skatteeffekt av koncernbidrag  | 1 126          | 1 276          | –1 274         |
| <b>Årets skatt</b>   | <b>232</b>     | <b>–</b>       | <b>–</b>       |

## Räkenskaper 2001–2003

| Skatt på årets resultat (koncernen)   | Koncernen      |                |                |
|---|----------------|----------------|----------------|
|   | 1/1–31/12 2003 | 1/1–31/12 2002 | 1/1–31/12 2001 |
| Skattekostnader i koncernen   |                |                |                |
| Skattekostnader hänförliga  |                |                |                |
| till förändring i obeskattade reserver                                      | -78            | 123            | -              |
| Upplösning av skattefordran   | -2 562         | -              | -              |
| Skatteintäkt hänförligt till obeskattade reserver i avyttrade dotterföretag | -              | -              | 223            |
| Skatteintäkt hänförlig till koncernintern lagervinst                        | 443            | 89             | -73            |
| Skattekostnad redovisade i intressebolag                                    | -734           | -342           | -              |
| Skattekostnad redovisat resultat  | -442           | -              | -              |
| Redovisad skatt enligt resultaträkningen                                    | -3 373         | -130           | 150            |
| <b>Uppskjuten skattefordran</b>   |                |                |                |
| Uppskjuten skattefordran avseende underskott i koncernen                    | 2 562          | 2 562          | 2 562          |
| Upplösning av uppskjuten skattefordran                                      | -2 562         | -              | -              |
| Kvarvarande uppskjuten skattefordran  | -              | 2 562          | 2 562          |
| Uppskjuten skatteskuld hänförlig till obeskattade reserver                  | -185           | -107           | -230           |
| Uppskjuten skattefordran hänförlig till koncernintern lagervinst            | 1 077          | 633            | 544            |
| Uppskjuten skattefordran  | 892            | 3 088          | 2 876          |
| <b>5 Resultat av intresseföretagsaktier</b>                                 |                |                |                |
|   | 1/1–31/12 2003 | 1/1–31/12 2002 | 1/1–31/12 2001 |
| Koncernmässig realisationsvinst vid fusion                                  | -              | -              | 1 466          |
| Koncernens del av intresseföretagets resultat                               | 2 622          | 796            | -1 542         |
| Koncernmässig avskrivning av goodwill                                       | -              | -              | -2 782         |
|   | 2 622          | 796            | -2 858         |

### C. UPPLYSNINGAR TILL BALANSRÄKNINGEN

#### 6 Immateriella och materiella anläggningstillgångar

|   | Koncernen      |                |                | Moderbolaget   |                |                |
|---|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
|   | 1/1–31/12 2003 | 1/1–31/12 2002 | 1/1–31/12 2001 | 1/1–31/12 2003 | 1/1–31/12 2002 | 1/1–31/12 2001 |
| <b>Immateriella anläggningstillgångar</b> |                |                |                |                |                |                |
| <u>Goodwill</u>                           |                |                |                |                |                |                |
| Ingående anskaffningsvärde                | 16 307         | 13 450         | 14 664         |                |                |                |
| Årets inköp                               | -              | 2 857          | 3 386          |                |                |                |
| Utgående ackumulerat anskaffningsvärde    | 16 307         | 16 307         | 13 450         |                |                |                |
| Ingående avskrivningar                    | -1 025         | -785           | -1 619         |                |                |                |
| Årets avskrivningar                       | -241           | -240           | -240           |                |                |                |
| Avgår avskrivningar sålda aktier          | -              | -              | 1 074          |                |                |                |
| Utgående ackumulerade avskrivningar       | -1 266         | -1 025         | -785           |                |                |                |
| Ingående nedskrivning                     | -13 719        | -10 862        | -8 140         |                |                |                |
| Årets nedskrivning                        | -              | -2 857         | -2 722         |                |                |                |
| Utgående ackumulerade nedskrivningar      | -13 719        | -13 719        | -10 862        |                |                |                |
| Utgående bokfört värde                    | 1 322          | 1 562          | 1 803          |                |                |                |
| <u>Materiella anläggningstillgångar</u>   |                |                |                |                |                |                |
| <u>Inventarier</u>                        |                |                |                |                |                |                |
| Ingående anskaffningsvärde                | 6 459          | 6 999          | 9 927          | 2 488          | 2 169          | 2 104          |
| Årets inköp                               | 1 890          | 1 300          | 127            | 369            | 318            | 65             |
| Avgår årets försäljning                   | -402           | -              | -1 558         | -              | -              | -              |
| Avgår försäljning av dotterföretag        | -              | -              | -3 597         | -              | -              | -              |
| Utgående ackumulerat anskaffningsvärde    | 7 947          | 8 299          | 4 899          | 2 856          | 2 487          | 2 169          |
| Ingående avskrivningar                    | -3 975         | -4 895         | -6 064         | -1 609         | -1 141         | -679           |
| Årets avskrivningar                       | -1 083         | -920           | -831           | -485           | -467           | -462           |
| Avgår avskrivningar sålda inventarier     | 221            | -              | 503            | -              | -              | -              |
| Avgår försäljning av dotterbolag          | -              | -              | 3 597          | -              | -              | -              |
| Utgående ackumulerade avskrivningar       | -4 837         | -5 815         | -2 795         | -2 094         | -1 609         | -1 141         |
| Utgående bokfört värde                    | 3 110          | 2 484          | 2 104          | 763            | 879            | 1 028          |

## Räkenskaper 2001–2003

### 7 Finansiella anläggningstillgångar

| (KSEK)   | Koncernen      |                |                | Moderbolaget   |                |                |
|--|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
|  | 1/1-31/12 2003 | 1/1-31/12 2002 | 1/1-31/12 2001 | 1/1-31/12 2003 | 1/1-31/12 2002 | 1/1-31/12 2001 |
| <b>Aktier i dotterföretag (moderbolaget)</b>                           |                |                |                |                |                |                |
| Ingående anskaffningsvärde   |                |                |                | 4 290          | 4 240          | 13 784         |
| Inköp  |                |                |                | –              | 50             | –              |
| Årets avyttringar  |                |                |                | –              | –              | –9 544         |
| Utgående anskaffningsvärde   |                |                |                | 4 290          | 4 290          | 4 240          |
| Utgående bokfört värde   |                |                |                | 4 290          | 4 290          | 4 240          |
| <b>Aktier i dotterföretag (Worldwide Brand Management Clothing AB)</b> |                |                |                |                |                |                |
| Ingående anskaffningsvärde   |                |                |                | 8 284          | 5 427          | 5 427          |
| Inköp  |                |                |                | –              | 2 857          | –              |
| Utgående anskaffningsvärde   |                |                |                | 8 284          | 8 284          | 5 427          |
| <b>Aktier i intresseföretag</b>  |                |                |                |                |                |                |
| Ingående anskaffningsvärde   | 2 126          | 1 672          | –              | 4 200          | 4 200          | 4 200          |
| Inköp  | –              | –              | 6 600          | –              | –              | –              |
| Årets förändring   | 1 888          | 454            | –4 928         | –              | –              | –              |
| Utgående anskaffningsvärde   | 4 014          | 2 126          | 1 672          | 4 200          | 4 200          | 4 200          |

Koncernens kapitalandel av intresseföretagets Egna Kapital år 2003 är 4 014 KSEK, 2002 är 2126 KSEK och 2001 1672 KSEK.

|   |    |    |    |
|---|----|----|----|
| 450 aktier (45%) a nom 100 kr i Anteros   | 45 | 45 | 45 |
| Lagerhantering AB, 556539-2221, Stockholm |    |    |    |
|   | 45 | 45 | 45 |

| Aktier i dotterföretag  | Kapitalandel % | Rösträttsandel % | Antal aktier | Bokfört värde KSEK |
|---|----------------|------------------|--------------|--------------------|
| Worldwide Brand Management Clothing AB<br>Stockholm 556414-0373 | 100            | 100              | 1 000        | 4 140              |
| WBM Retail AB<br>Stockholm, 556577-4410                         | 100            | 100              | 1 000        | 150                |
|   |                |                  |              | 4 290              |
| Worldwide Brand Management Sweden AB,<br>Stockholm, 556374-5776 | 100            | 100              | 3 000        | 8 284              |
|   |                |                  |              | 12 574             |
| Aktier i intresseföretag  | Kapitalandel % | Rösträttsandel % | Antal aktier | Bokfört värde KSEK |
| To-Two L Invest AB, 556544-8924                                 | 49,9           | 49,9             | 999          | 4 200              |

### 8 Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter

| (KSEK)                   | Koncernen      |                |                | Moderbolaget   |                |                |
|--------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
|                          | 1/1-31/12 2003 | 1/1-31/12 2002 | 1/1-31/12 2001 | 1/1-31/12 2003 | 1/1-31/12 2002 | 1/1-31/12 2001 |
| Upplupna royaltyintäkter | 1 636          | 1 592          | 1 512          | 1 636          | 1 592          | 1 512          |
| Förutbetalda hyra        | 1 766          | 347            | 606            | 440            | 347            | 332            |
| Övriga poster            | 1 313          | 1 983          | 908            | 428            | 2 297          | 420            |
|                          | 4 715          | 3 922          | 3 026          | 2 504          | 4 236          | 2 264          |

### 9 Kassa och bank

Beviljad checkräkningskredit i koncernen uppgår till 10 500 KSEK (10 500). Koncernen har även en factoringkredit 6 000 (6 000) KSEK. Beviljade krediter har varit oförändrade under perioden.

## Räkenskaper 2001-2003

### 10 Eget kapital

#### Moderbolaget

| Årets förändring av eget kapital      | Aktiekapital | Överkursfond | Balanserat resultat | Årets resultat |
|---------------------------------------|--------------|--------------|---------------------|----------------|
| <i>Belopp vid årets ingång (2001)</i> | 8 481        | 5 654        | 1238                | -498           |
| Resultat 2000                         |              |              | -498                | 498            |
| Egetkapitalandel av koncernbidrag     |              |              | -3276               |                |
| Årets resultat                        |              |              |                     | 1 101          |
| <i>Belopp vid årets ingång (2002)</i> | 8 481        | 5 654        | -2536               | 1 101          |
| Resultat 2001                         |              |              | 1 101               | -1 101         |
| Egetkapitalandel av koncernbidrag     |              |              | 3 281               |                |
| Årets resultat                        |              |              |                     | 5 727          |
| <i>Belopp vid årets ingång (2003)</i> | 8 481        | 5 654        | 1 846               | 5 727          |
| Resultat 2002                         |              |              | 5 727               | -5 727         |
| Egetkapitalandel av koncernbidrag     |              |              | 2 894               |                |
| Årets resultat                        |              |              |                     | 7 613          |
| <i>Belopp vid årets slut (2003)</i>   | 8 481        | 5 654        | 10 467              | 7 613          |

#### Koncernen

| Årets förändring av eget kapital             | Aktiekapital | Överkursfond | Balanserat resultat | Årets resultat |
|--|--------------|--------------|---------------------|----------------|
| <i>Belopp vid årets ingång (2001)</i>        | 8 481        | 5 654        | 1 900               | -3 074         |
| Resultat 2000                                |              |              | -3 074              | 3 074          |
| Årets resultat                               |              |              |                     | 90             |
| <i>Belopp vid årets ingång (2002)</i>        | 8 481        | 5 654        | -1 174              | 90             |
| Resultat 2001                                |              |              | 90                  | -90            |
| Förskjutning mellan fria och bundna reserver |              |              |                     |                |
| Årets resultat                               |              |              |                     |                |
| <i>Belopp vid årets ingång (2003)</i>        | 8 481        | 5 654        | -1 084              | 5 057          |
| Resultat 2002                                |              |              | 5 057               | -5 057         |
| Förskjutning mellan fria och bundna reserver |              | 200          | -200                |                |
| Årets resultat                               |              |              |                     | 9 337          |
| <i>Belopp vid årets slut (2003)</i>          | 8 481        | 5 854        | 3 773               | 9 337          |

#### Aktiekapital

Aktierna har ett nominellt värde på kr 100.

|                   | Reg.datum | Antal aktier | Antal röster |
|-------------------|-----------|--------------|--------------|
| Bolagets bildande | 97-01-02  | 1 000        | 1 000        |
| Nyemission        | 98-11-30  | 500          | 500          |
| Fondemission      | 99-02-09  | 75 000       | 75 000       |
| Nyemission        | 99-04-12  | 8 306        | 8 306        |
|                   |           | 84 806       | 84 806       |

### 11 Skulder

| (KSEK)                  | Koncernen      |                |                |                | Moderbolaget   |                |
|-------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
|                         | 1/1-31/12 2003 | 1/1-31/12 2002 | 1/1-31/12 2001 | 1/1-31/12 2003 | 1/1-31/12 2002 | 1/1-31/12 2001 |
| Räntebärande skulder    | 5 293          | 3 749          | 5 223          | -              | -              | 884            |
| Ej räntebärande skulder | 11 708         | 17 762         | 23 025         | 3 559          | 5 685          | 8 129          |
|                         | 17 001         | 21 511         | 28 248         | 3 559          | 5 685          | 9 013          |

### 12 Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter

| (KSEK)                  | Koncernen      |                |                |                | Moderbolaget   |                |
|-------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
|                         | 1/1-31/12 2003 | 1/1-31/12 2002 | 1/1-31/12 2001 | 1/1-31/12 2003 | 1/1-31/12 2002 | 1/1-31/12 2001 |
| Upplupna royaltykostnad | 1 842          | 1 191          | 1 179          | 1 842          | 1 191          | 1 179          |
| Upplupna löner          | 345            | 302            | 174            | 10             | 10             | 10             |
| Övriga poster           | 4 692          | 3 352          | 2 446          | 1 674          | 963            | 1 069          |
|                         | 6 879          | 4 845          | 3 799          | 3 526          | 2 164          | 2 258          |

## Räkenskaper 2001–2003

### 13 Ställda säkerheter och ansvarsförbindelser

| (KSEK)  | Koncernen      |                |                | Moderbolaget   |                |                |
|---|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
|   | 1/1-31/12 2003 | 1/1-31/12 2002 | 1/1-31/12 2001 | 1/1-31/12 2003 | 1/1-31/12 2002 | 1/1-31/12 2001 |
| <i>Ställda säkerheter för skuld till kreditinstitut</i> |                |                |                |                |                |                |
| Företagsinteckningar                                    | 15 000         | 15 000         | 15 000         | 4 000          | 4 000          | 4000           |
| Belånade kundfordringar                                 | 7 654          | 5 909          | 6 645          | –              | –              | –              |
| Aktier i dotterföretag/intresseföretag                  | 4 115          | 4 115          | 7 537          | 8 440          | 8 440          | 8440           |
|   | 26 769         | 25 024         | 29 182         | 12 440         | 12 440         | 12440          |
| <i>Ansvarsförbindelser</i>                              |                |                |                |                |                |                |
| Garantiförbindelser till förmån för dotterföretag       | –              | –              | –              | 3 500          | 3 500          | 3500           |
| Övriga garantiförbindelser                              | 650            | 650            | 650            | –              | –              | –              |
|   | 650            | 650            | 650            | 3 500          | 3 500          | 3 500          |

### 14 Bokslutsdispositioner/obeskattade reserver

| (KSEK)                        | Moderbolaget   |                |                |
|-------------------------------|----------------|----------------|----------------|
|                               | 1/1-31/12 2003 | 1/1-31/12 2002 | 1/1-31/12 2001 |
| Avsättning periodiseringsfond | –276           | –              | –              |
|                               | –276           | –              | –              |
| Periodiseringsfond Tax 04     | 276            | –              | –              |

## Revisorernas granskningsberättelse

Jag har i egenskap av revisor i Worldwide Brand Management Holding AB (publ) granskat detta prospekt.

Granskningen har utförts enligt den rekommendation som FAR har utfärdat.

I enlighet med rekommendationen har jag endast i begränsad omfattning granskat framåtriktad information som ingår i prospektet. De proformaräkenskaper som ingår i prospektet har upprättats enligt de förutsättningar som anges på sid 49. De uppgifter i prospektet som hämtats ur räkenskaperna för Worldwide Brand Management Holding AB (publ) respektive Worldwide Brand Management AB har återgivits korrekt. Delårsrapporten avgiven av Worldwide Brand Management Holding AB (publ) för perioden 1 januari–30 september 2004 har varit föremål för översiktlig granskning.

Worldwide Brand Management Holding AB bildades den 19 mars 2004 och har ej avgivit någon årsredovisning. Årsredovisningarna för Worldwide Brand Management AB för 2001–2003 har reviderats av mig. De uppgifter som hämtats ur dessa årsredovisningar har återgivits korrekt. Revisionsberättelser utan anmärkning har lämnats för dessa räkenskapsår.

Det har inte framkommit något som tyder på att prospektet inte uppfyller kraven enligt aktiebolagslagen och lagen om handel med finansiella instrument.

Stockholm 22 november 2004

*Håkan Pettersson*  
Auktoriserad revisor



Worldwide Brand Management  
Box 15415, Stadsgården 10  
S-104 65 Stockholm  
Tel: +46 8 506 33 700 Fax: +46 8 506 33 701