

New Wave Group AB

2021

Bokslutskommuniké

Januari - december

EUROPEAN CHAMPIONS 2022

EHF

WATCH GAMES.
SEE MORE.

Det här är New Wave Group

New Wave Group är en tillväxtkoncern som skapar, förvärvar och utvecklar varumärken. Koncernen skall erbjuda sina produkter inom profil- och detaljhandelsmarknaden.



Försäljningsverksamhet i egna dotterbolag



Inköpsorganisationen

Våra rörelsesegment och försäljningskanaler

Våra varumärken kategoriseras till det av våra tre rörelsesegment som det tillhör: **Företag**, **Sport & Fritid** och **Gåvor & Heminredning**.

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

Företag



Sport & Fritid



Gåvor & Heminredning



Företag

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

Sport & Fritid

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

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

Sammantaget vill vi bli en av de ledande sportlecerantörerna, både i Sverige och övriga europeiska länder samt i USA. Våra varumärken skall tillsammans ge oss en position bland världens största sportlecerantörer.

Sveriges herrlandslag Europamästare i handboll – spelar i Craft.





*Crafts grundorder för AW
ökade med 42%.*

- Tillväxten sker glädjande nog på samtliga marknader och inom samtliga produktsegment
- Även mognare marknader visar väldigt god tillväxt som tex Sverige med 34% eller Norge med hela 71% och vi tar stora kliv framåt på marknader som Spanien, Frankrike, USA och Kanada

Gåvor & Heminredning

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

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

Kvartalet i korthet



Kvartalet

- *Fortsatt positiv utveckling. Samtliga segment och regioner hade högre nettoomsättning.*
- *All time high* för både nettoomsättning och resultat
- *Rörelseresultatet förbättrades med 119,7 MSEK jämfört med föregående år och uppgick till 403,3 (283,6) MSEK.*

2021

Finansiell information

Oktober - december



Oktober - december

Nettoomsättning

- Försäljningen uppgick till **2 306,7 (1 873,2) MSEK**
- Försäljningen **ökade med 23%** (22% i lokala valutor)
- Försäljningskanalen **profil ökade 16%, detaljhandeln ökade 36%**

2021

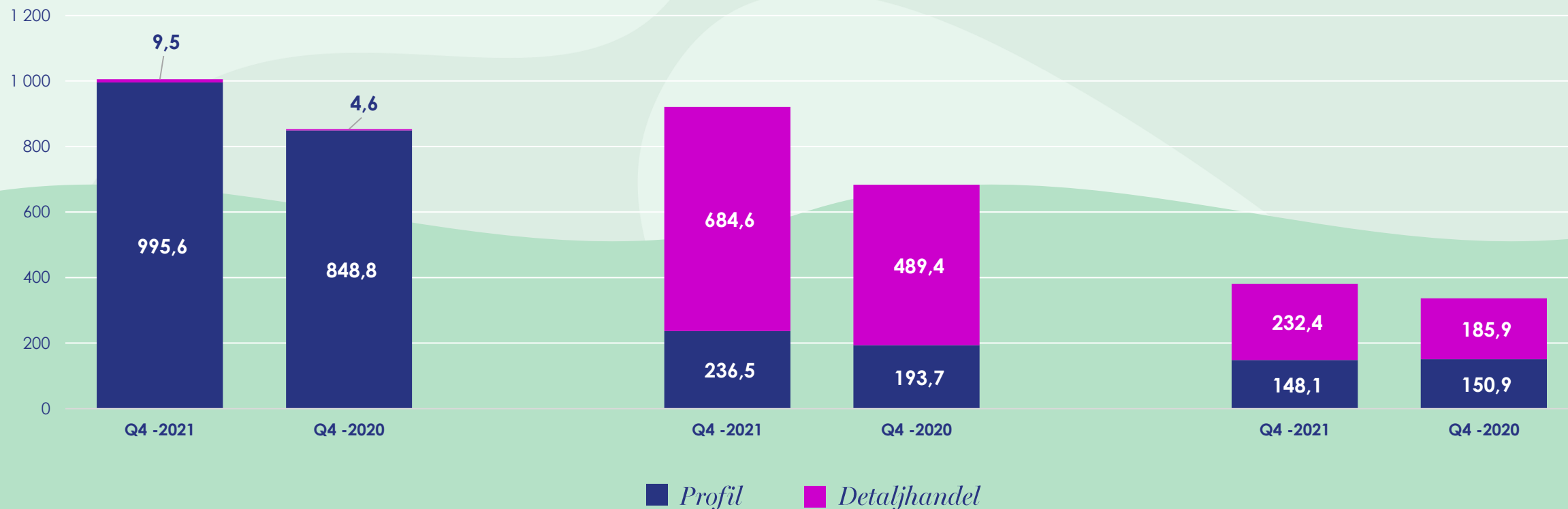


Nettoomsättning per rörelsesegment

Företag 18%

Sport & Fritid 35%

Gåvor & Heminredning 13%



Oktober - december

Nettoomsättning per region och rörelsesegment

MSEK	Företag		Sport & Fritid		Gåvor & Heminredning		Totalt		Förändring %
	Okt-dec 2021	Okt-dec 2020	Okt-dec 2021	Okt-dec 2020	Okt-dec 2021	Okt-dec 2020	Okt-dec 2021	Okt-dec 2020	
USA	73,5	67,6	347,3	263,7	23,9	19,0	444,7	350,2	27%
Sverige	154,5	134,7	225,1	153,2	317,6	278,3	697,2	566,3	23%
Centraleuropa	243,2	201,6	108,9	88,4	10,1	9,6	362,2	299,7	21%
Norden exkl. Sverige	127,4	115,2	132,6	103,1	23,4	24,5	283,4	242,9	17%
Sydeuropa	267,3	194,3	28,3	17,1	0,2	0,1	295,8	211,5	40%
Övriga länder	139,2	139,9	78,9	57,6	5,3	5,2	223,4	202,7	10%
Totalt	1 005,1	853,3	921,1	683,1	380,5	336,7	2 306,7	1 873,2	23%

Oktober - december

2021

- **Bruttovinstmarginalen uppgick till 47,8 (46,2)%**
 - Samtliga segment högre marginal
- **Externa kostnader och personalkostnader uppgick tillsammans till -652,3 (-545,3) MSEK**
 - Volymrelaterade kostnader ökat
 - Ökade marknadsföringskostnader
 - Personalstyrka anpassad för nuvarande volymer
- **Rörelseresultatet uppgick till 403,3 (283,6) MSEK**
 - Högre nettoomsättning
 - Förbättrad bruttomarginal
- **Periodens resultat uppgick till 308,5 (208,2) MSEK**

MSEK	Okt-dec 2021	Okt-dec 2020
Nettoomsättning	2 306,7	1 873,2
Handelsvaror	-1 203,3	-1 007,7
Bruttoresultat	1 103,4 47,8%	865,6 46,2%
Övriga rörelseintäkter	23,9	29,6
Externa kostnader	-350,9	-285,4
Personalkostnader	-301,4	-259,9
Av- och nedskrivning av materiella och immateriella anläggningstillgångar	-61,5	-55,0
Övriga rörelsekostnader	-9,9	-11,4
Andelar i intressebolags resultat	-0,3	0,1
Rörelseresultat	403,3 17,5%	283,6 15,1%
Finansnetto	-9,9	-14,4
Resultat före skatt	393,4	269,2
Skatt på periodens resultat	-84,9	-61,0
Periodens resultat	308,5	208,2
Resultat per aktie	4,61	3,13

Oktober - december

Rörelseresultat per rörelsesegment

Företag

- Högre försäljning i samtliga regioner förutom Övriga länder som var på samma nivå
- Förbättrad bruttovinstmarginal

Sport & Fritid

- Ökad försäljning i samtliga regioner
- Båda försäljningskanalerna ökade
- Högre bruttovinstmarginal

Gåvor & Heminredning

- Högre nettoomsättning, främst relaterad till region Sverige och USA
- Detaljhandel ökade medan profil något lägre än fjolåret
- Förbättrad bruttovinstmarginal

..... 2021



Oktober - december

Kassaflöde

MSEK

	Okt - dec 2021	Okt - dec 2020
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring i rörelsekapital	404,1	300,0
Förändring i rörelsekapital	9,2	257,5
Kassaflöde från den löpande verksamheten	413,3	557,5
Investeringsverksamheten	-42,1	-7,2
Kassaflöde efter investeringsverksamheten	371,2	550,3
Finansieringsverksamheten	-360,5	-435,9
Periodens kassaflöde	10,7	114,5

Stark balansräkning

MSEK

	31 dec 2021	31 dec 2020
Eget kapital	4 567,6	3 855,5
Soliditet, %	59,6	53,4
Nettoskuld, MSEK	1 068,8	1 817,6
Nettoskuld till kreditinstitut, MSEK	375,1	1 075,9
Eget kapital per aktie, SEK	68,83	57,96

2021

Finansiell information

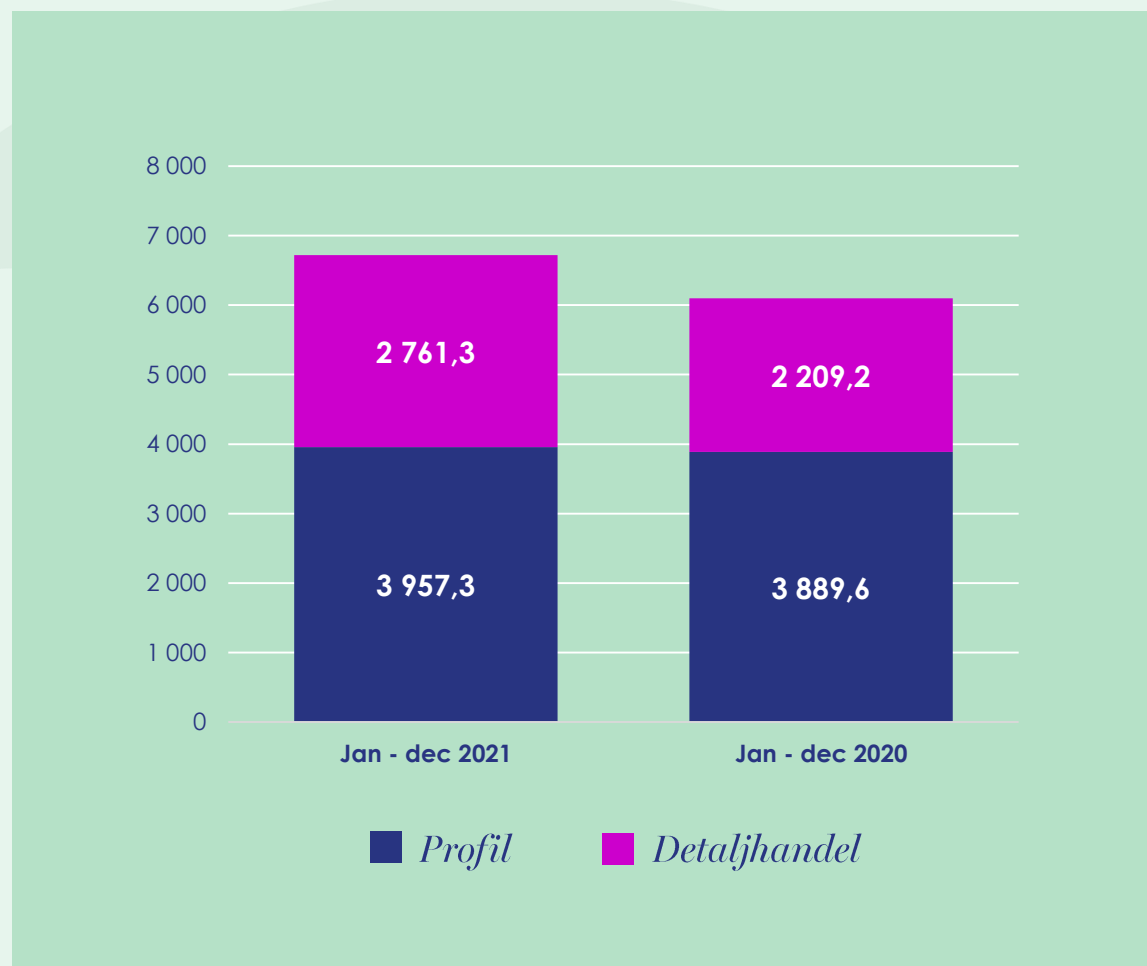
Januari - december

Januari - december

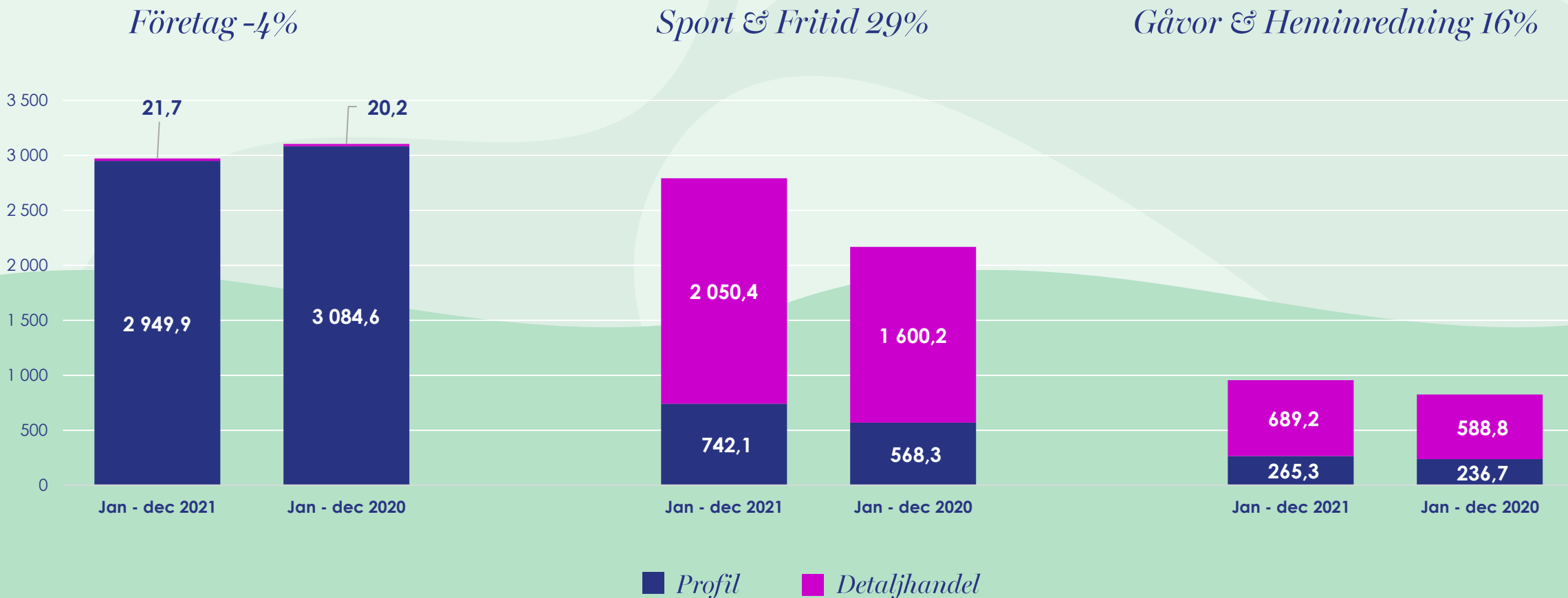
Nettoomsättning

- Försäljningen uppgick till **6 718,6 (6 098,8) MSEK**
- Försäljningen **ökade med 10%** (13% i lokala valutor)
- Försäljningskanalen **profil ökade 2%, detaljhandeln ökade 25%**

2021



Nettoomsättning per rörelsesegment



Januari - december

Nettoomsättning per region och rörelsesegment

MSEK	Företag		Sport & Fritid		Gåvor & Heminredning		Totalt		
	Jan-dec 2021	Jan-dec 2020	Jan-dec 2021	Jan-dec 2020	Jan-dec 2021	Jan-dec 2020	Jan-dec 2021	Jan-dec 2020	
USA	203,6	193,7	1 145,0	895,2	60,4	52,0	1 409,0	1 140,9	23%
Sverige	476,1	387,8	637,6	480,3	799,4	689,8	1 913,1	1 558,0	23%
Centraleuropa	660,8	592,4	338,9	300,8	26,0	20,2	1 025,7	913,4	12%
Norden exkl. Sverige	401,3	358,5	411,4	306,1	49,8	45,7	862,5	710,3	21%
Sydeuropa	779,3	842,0	83,2	58,9	0,4	0,3	862,9	901,2	-4%
Övriga länder	450,5	730,4	176,4	127,1	18,5	17,5	645,4	875,0	-26%
Totalt	2 971,6	3 104,8	2 792,5	2 168,5	954,5	825,5	6 718,6	6 098,8	10%

Januari - december

2021

- **Bruttovinstmarginalen uppgick till 48,1 (43,2)%**
 - Hög andel tradingleveranser föregående år
- **Externa kostnader och personalkostnader uppgick tillsammans till -2 084,8 (-1 958,4) MSEK**
 - Volymrelaterade kostnader ökat
 - Kraftiga besparingar i personal under fjolåret
- **Rörelseresultatet uppgick till 1 005,9 (545,9) MSEK**
 - Högre nettoomsättning samt förbättrad bruttovinstmarginal
- **Periodens resultat uppgick till 760,0 (363,0) MSEK**

MSEK	Jan – dec 2021	Jan – dec 2020
Nettoomsättning	6 718,6	6 098,8
Handelsvaror	-3 489,3	-3 461,5
Bruttoresultat	3 229,3 48,1%	2 637,3 43,2%
Övriga rörelseintäkter	111,5	146,2
Externa kostnader	-1 067,9	-975,7
Personalkostnader	-1 016,9	-982,6
Av- och nedskrivning av materiella och immateriella anläggningstillgångar	-227,3	-229,5
Övriga rörelsekostnader	-21,7	-48,3
Andelar i intresseföretags resultat	-1,1	-1,4
Rörelseresultat	1 005,9 15,0%	545,9 9,0%
Finansnetto	-43,0	-64,9
Resultat före skatt	962,9	481,0
Skatt på periodens resultat	-202,9	-118,0
Periodens resultat	760,0	363,0
Resultat per aktie	11,46	5,51

Januari - december

Rörelseresultat per rörelsesegment

Företag

- Minskad försäljning i Sydeuropa och Övriga länder p.g.a. lägre tradingverksamhet
- Högre bruttovinstmarginal

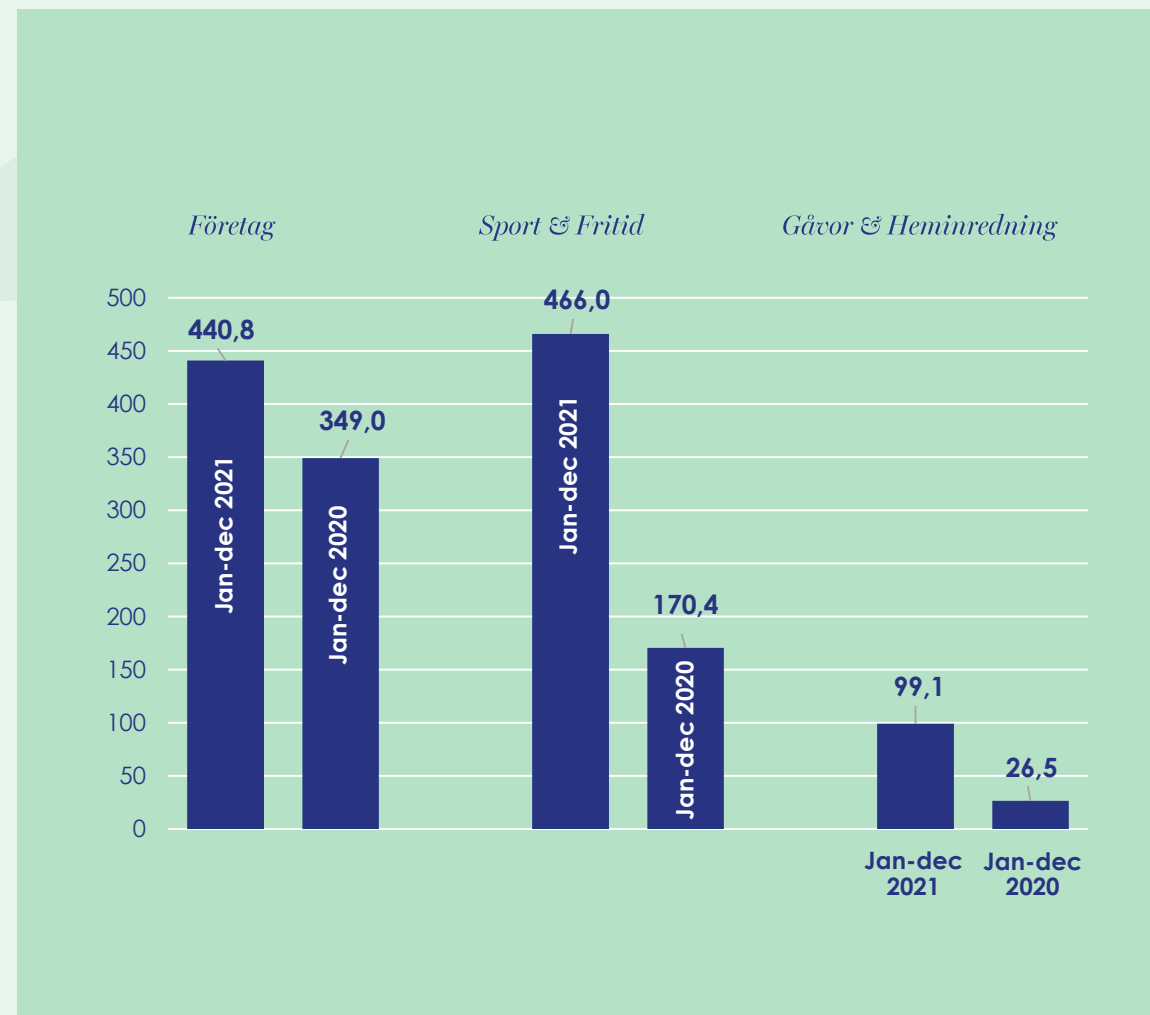
Sport & Fritid

- Ökad försäljning i samtliga regioner och båda försäljningskanalerna
- Högre bruttovinstmarginal

Gåvor & Heminredning

- Högre nettoomsättning, främst i Sverige men samtliga regioner ökade.
- Förbättrad bruttovinstmarginal

2021



Januari - december

Kassaflöde

MSEK

Löpande verksamheten före förändring i rörelsekapital

Förändring i rörelsekapital

Kassaflöde från den löpande verksamheten

Investeringsverksamheten

Kassaflöde efter investeringsverksamheten

Finansieringsverksamheten

Periodens kassaflöde

	Jan - dec 2021	Jan - dec 2020
	993,0	631,8
	214,4	574,8
	1 207,4	1 206,6
	-114,2	-57,5
	1 093,2	1 149,1
	-1 110,9	-1 155,6
	-17,7	-6,4

Torsten Jansson

VD

har ordet

*”Alla siffror för kvartalet är
all time high.”*



Torsten Jansson
VD och koncernchef

Oktober - december

- **Försäljningstillväxt 23%** jämfört med fjolåret och **14%** jämfört med 2019
- **All time high på nettoomsättning och resultat**
- **Rörelsemarginalen** uppgår till 17,5%, vilket är ett fantastiskt bra resultat!
- Med tanke på pandemins negativa effekter är kvartalets utfall **en mycket stark utveckling**.

Januari - december

- **Rörelseresultatet** ökade till 1 005,9 (545,9) MSEK samt en rörelsemarginal på 15,0%.
- **Starkt kassaflöde på 1 207,4 MSEK** även om det varit önskvärt med större varulager.

Torsten Jansson

VD

har ordet

—
"Craft har en fantastisk
utveckling."



Torsten Jansson
VD och koncernchef

Varumärken

- **Crafts grundorder** för AW ökade med **42%**
- **Bra tillväxt** även i Orrefors, Kosta Boda, Sagaform samt Cutter & Buck, Projob och Jobman

Framtiden

- **Vi går in i 2022 starkare än någonsin** och samtliga segment har en positiv utveckling
- Vi står starka mot våra konkurrenter både vad gäller produkternas **kvalitet, design och funktion**. Vi är långt fram jämfört med många konkurrenter vad gäller **hållbarhet** och vi är bland de absolut bästa vad gäller **service**.
- **Några orosmoln finns kvar även om det känns stabilare än tidigare.**
 - varulagret måste upp för att vi skall klara den kraftiga tillväxten
 - prishöjningar på frakt och energi
 - pandemin fortfarande en utmaning
- Visst kan det komma enskilda kvartal som kan vara svagare, men över tid är jag övertygad om en **fortsatt mycket god utveckling**

Vi strävar efter att göra alla som köper våra produkter till nöjda kunder. Om du väljer att investera i New Wave Group vill vi att du ska veta att vi lovar att ta hand om din investering på det bästa sätt vi kan – genom långsiktigt tänkande, tillväxt, stabilitet och hårt arbete!

NewWave
G R O U P