

NetOnNet AB Delårsrapport januari - juni 2000

Jämförelser i rapporten har, om inte annat angetts, skett med första halvåret 1999.

Fortsatt positiv utveckling för NetOnNet-modellen

- Försäljningen har utvecklats enligt plan och uppgick till 18,3 (0,4) miljoner kronor
- Trots lågsäsong och minskad marknadsföring uppgick försäljningen andra kvartalet till 9,5 miljoner kronor jämfört med 8,7 miljoner kronor under första kvartalet
- Försäljningsstart för Hushållsprodukter och Sony Playstation under kvartal 2
- Beslut har tagits att etablera verksamhet i totalt två nya länder år 2000
- Den svenska verksamheten beräknas gå med vinst från kvartal 3 år 2001
- Den nuvarande kassan förväntas räcka för att föra hela bolaget till vinst.
- Vid rapportperiodens utgång uppgick NetOnNets nettokassa till 20,81 kronor per aktie

NetOnNet-modellen

- *Fokus på försäljning*
- *Branschkunskap - Ledningen har över 60 års samlad tid i hemelektronikbranschen*
- *Låga kostnader - Lokaler på drygt 300,-/m². Drygt 20 personer i Borås för att driva Sverige och internationell ledning.*
- *Egen logistik i egna lokaler med egen personal.*
- *Höga snittordervärden (F.n. ca 2400 kronor exkl.moms).*
- *Hög fokus på styrning och uppföljning av verksamheten*

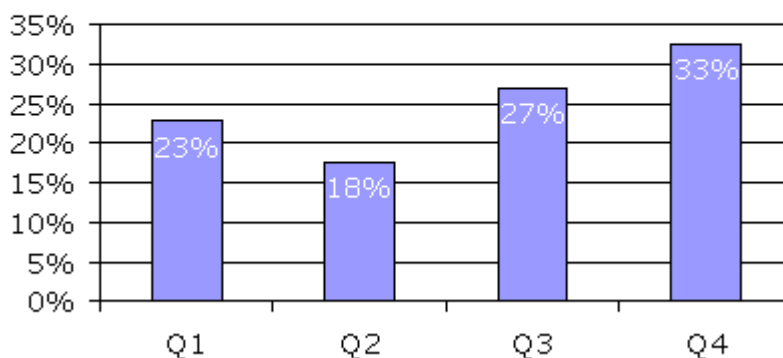
NetOnNet (www.netonnet.se) erbjuder TV, video, mobiltelefoner etc. från ledande märken som Sony och Philips m.fl. Varorna levereras hem till privatpersoner och företag. Bolaget startade i mars 1999 och har sitt huvudkontor i logistikstaden Borås. Under år 2000 kommer bolaget att etablera sig i Tyskland och Belgien.

Marknad

Hemelektronikmarknaden som NetOnNet verkar på, utvecklas för närvarande mycket starkt. En rad nya produkter bidrar till ökningen. Det är dels traditionella segment som TV där framförallt trenden går mot det nya Widescreenformatet och större modeller. Digitalisering innebär att en del nya produktslag adderas av vilka bl.a. MiniDisc, DVD samt MP3 kan nämnas. Sammantaget bidrar detta till såväl ökade volymer som ökade snittpriser. Inom E-handeln är dessutom produktområdet inte lika väl etablerat som t.ex. böcker och CD-skivor. Sammantaget med de tillväxtprognoser som finns tillgängliga för E-handeln i allmänhet, tillsammans med den säsongsvariation som finns inom hemelektronikbranschen bedömer bolagets ledning NetOnNets tillväxtpotentialer som mycket goda.

Källa: Branschkansliets marknadsinformation

Säsongsvariation inom hemelektronikbranschen (1999) (andel av årsförsäljning i %)



NetOnNet-modellen

Då e-handeln är en relativt ny företeelse som genom Internetmediet öppnar en rad nya möjligheter till bl.a. snabb och noggrann mätning så har det uppstått fokus på mätmetoder som idag bedöms vara intressanta för att analysera utvecklingen av de olika e-handelsbolagen. Mätning av antalet besökare på webbplatsen är ett exempel på statistik som följs upp i media varje månad. För att hålla rätt fokus har NetOnNet utvecklat en egen modell för att styra verksamheten.

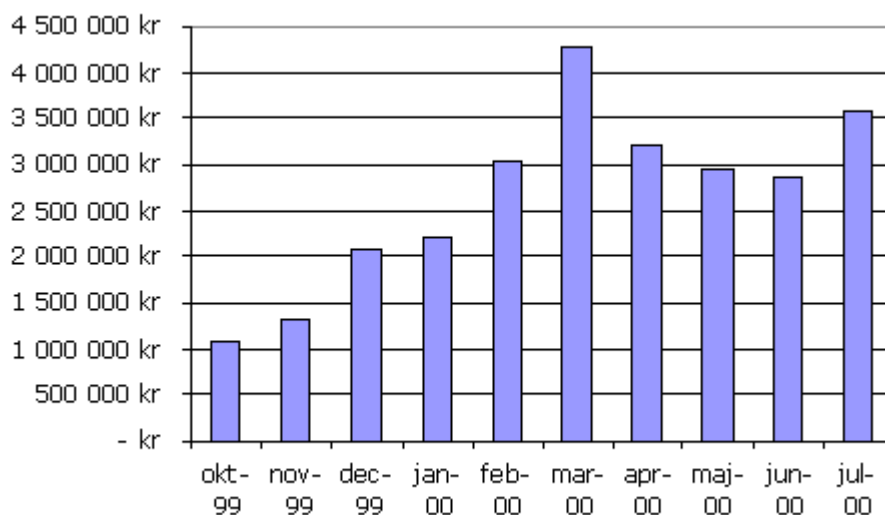
Här nämns kortfattat synen på de olika parametrarna:

- Fokus på försäljning: Ledning och medarbetare har gedigen säljbakgrund och alla aktiviteter ska skapa transaktioner.
- Branschkunskap: Ledningen har över 60 års samlad tid i hemelektronikbranschen och personal på sälj- och marknadsavdelningar rekryteras företrädesvis inom branschen.
- Låga kostnader: Då handel ofta handlar om att erövra kunder med låga priser måste alla löpande kostnader som löner, resor, lokaler mm hållas på ett minimum. Som exempel kan nämnas att NetOnNet hyr kontor och lager för drygt 300,-/m² i Borås.
- Egen logistik i egna lokaler med egen personal ger möjligheter att förbättra eventuella fel i varuförsörjningen mycket snabbt. Logistik betraktas som kärnverksamhet.
- Högt snittordervärde ger lägre hanteringskostnad per order och minskar totalt sett kravet på volym. För närvarande ligger det på cirka 2400 kronor exkl. moms.
- Hög fokus på styrning och uppföljning av verksamheten. Inom ovan nämnda områden finns viktiga nyckeltal att styra mot. Det gäller att välja rätt och att följa upp ofta. NetOnNet lägger mycket vikt på t.ex. förvärvskostnad per kund (se bild under Marknadsföring), men betydligt mindre vikt vid antalet besökare.

Orderingång och omsättning

Orderingången för perioden uppgick till 18,5 (0,4) miljoner kronor

Orderingång Oktober 1999 - Juli 2000



Försäljningen uppgick till 18,3 (0,4) miljoner kronor. 2:a kvartalets försäljning uppgick till 9,5 miljoner kronor jämfört med 1:a kvartalet 8,7 miljoner kronor. Detta trots att hemelektronikbranschen normalt minskar cirka 20-25% på grund av den säsongvariation som råder mellan kvartal 1 och kvartal 2.

De tre största produktområdena för perioden är TV (43 % av total försäljning), DVD och videoprodukter (20 %) och Hifi (13 %). Mellan kvartal 1 och kvartal 2 har den största ökningen av försäljningen skett inom Foto (+174 %), Bilstereo (+79 %) och Bärbara Audio-produkter (+37 %). Ökningen av dessa produktområden hänger till stor del samman med vår och sommarsäsongen.

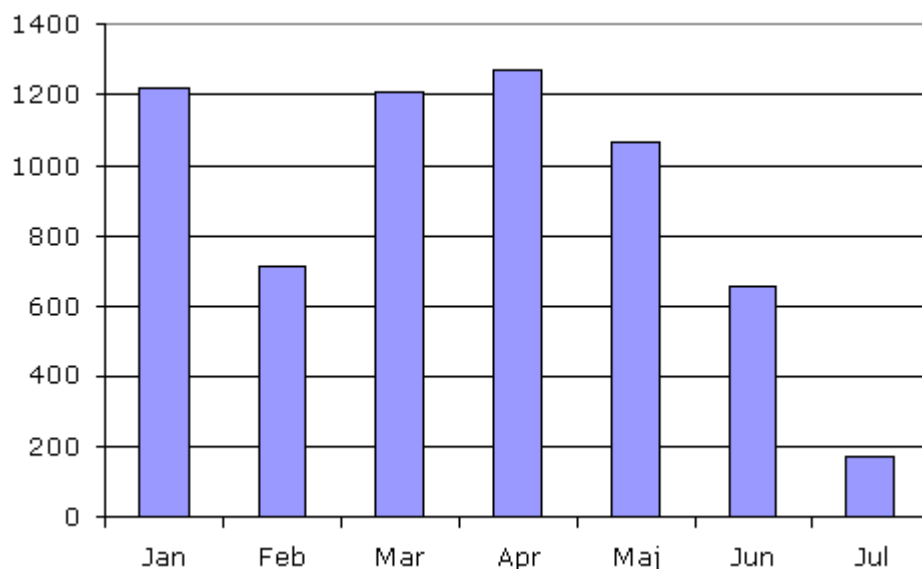
I slutet av maj lanserades ett stort sortiment av hushållsprodukter (strykjärn, dammsugare, köksmaskiner mm.) vilket beräknas bidra till en ökning av återköpsfrekvensen. I juni lanserades dessutom TV-spelet Sony Playstation med ett stort sortiment av tillhörande spel.

Marknadsföring

Kostnaderna för marknadsföringen uppgick till 10,4 (0,14) miljoner kronor för perioden, varav kvartal 1 stod för 5,7 och kvartal 2 för 4,8 miljoner kronor. Den minskade investeringen i marknadsföring, samtidigt som försäljningen ökat, har inneburit till att förvärvskostnaden för nya kunder minskat stadigt under perioden från cirka 1.200 kronor i januari till under 200 kronor i juli.

Förvärvskostnad per ny kund definieras som periodens totala marknadsföringskostnad delat med antal nya kunder minus täckningsbidrag per ny kund.

Förvärvskostnad per ny kund



Antalet medlemmar uppgår till 70.454 personer (juli).

Resultat och bruttomarginal

Resultatet efter finansiella poster för perioden uppgick till -18,7 (-0,9) miljoner kronor. Av detta avser 2,3 miljoner kronor förberedande etableringskostnader för verksamheten i Tyskland.

Bruttomarginalen uppgick till 15,2 % (15,2%). Marginalen under andra kvartalet uppgick till 13,9 procent, vilket var en minskning jämfört med första kvartalet. Minskningen beror på att försäljningen, till ovanligt stor andel, bestod av kampanjprodukter vilket bl.a. hänger samman med etablering av nya produktområden. Sett över längre tid är marginaltrenden dock ökande och marginalen för juli månad uppgick till 18,7 % (se vidare i månadsrapport för juli).

Finansiell ställning och likviditet

Per 30 juni 2000 uppgick nettokassan till 125 miljoner kronor motsvarande 20,81 kronor per aktie och soliditeten var 88,7 procent. Bolagets egna kapital uppgår till 122,2 miljoner kronor.

Personal

I Sverige uppgår personalstyrkan till 21 personer (15 augusti), ytterligare 1 person har anställts per den 1 oktober, ytterligare personalrekrytering i Sverige är inte aktuell. I Tyskland uppgår personalstyrkan till 7 personer, ytterligare 2-3 personer kan komma att anställas under hösten.

Private Placement

NetOnNet har genomfört en nyemission som tillförde bolaget 130 miljoner kronor före emissionskostnader. Emissionen riktades till institutionella och privata placerare och teckningskursen var omräknat efter split 65 kronor per aktie. NetOnNet-aktien handlas på Nya Marknaden sedan den 15 juni 2000.

Styrelsens målsättning är att kapitalet ska räcka för att föra verksamheten på samtliga nu planerade marknader till vinst (Sverige, Tyskland och Belgien).

Utsikter för helåret

Beslut har tagits om att justera antalet nyetableringar under år 2000 från 3-5 länder till att omfatta enbart Tyskland och Belgien. Verksamheten i Tyskland är i full gång med 7 medarbetare och beräknad start för försäljning är under första halvan av september 2000. Kontoret i Belgien är bemannat med 2 personer och ytterligare två personer är planerat att rekryteras inom kort. Start av försäljning beräknas att ske under slutet av året.

Tidigare kommunicerad affärsplan med ett försäljningsmål för år 2000 på 100 miljoner

kronor innefattade etablering i 3-5 nya länder under år 2000 utöver Sverige samt ny finansiering i mars 2001. Mot bakgrund av gällande investeringsklimat har styrelsen beslutat att justera antalet nya landsetableringar till två och därmed skrivs försäljningsmålet för år 2000 ned till mellan 70-80 miljoner kronor. Av denna försäljning beräknas Sverige stå för mellan 55-60 miljoner kronor. Effekten av dessa justeringar är att nuvarande kassa beräknas att, med god marginal, räcka för att föra bolaget till vinst.

Minskat antal länder i kombination med något minskat fokus på medlemsrekrytering innebär att det tidigare målet om att nå 200.000 medlemmar till årsskiftet 2000/2001 är justerat till 100.000.

Utöver dagens utbud av varor och tjänster har beslut tagits om att introducera Abonnemangstjänster för mobiltelefoni och Digital-TV.

Hemelektronikbranschens Branschkansli förutspår en tillväxt på över 10 % för helåret och en rad undersökningsföretag som t.ex. Boston Consulting Group spår att E-handeln kommer att öka med cirka 250 % under år 2000.

Borås den 15 augusti 2000

Anders Halvarsson Verkställande direktör

Frågor angående denna delårsrapport besvaras av Anders Halvarsson, Verkställande direktör, tel.0705-48 55 56. Delårsrapporten finns också tillgänglig på www.netonnet.se

Kommande rapporter

Med början från och med juli 2000 kommer NetOnNet fortsättningsvis att rapportera månadsvis med avseende på hur försäljning och resultat utvecklas.

Månadsrapport: augusti 14 september 2000

Delårsrapport: jan - september 26 oktober 2000

Bokslutskommuniké: februari 2001

RESULTATRÄKNINGAR

Tusen kronor	april-juni 2000	april-juni 1999	jan-juni 2000	jan-juni 1999
Nettoförsäljning	9.536	329	18.271	375
Varukostnader	-8.209	-280	-15.497	-318
Bruttoresultat	1.327	49	2.774	57
Personalkostnader	-3.523	-176	-5.105	-319
Marknadsföringskostnader	-4.817	-134	-10.497	-140
Butikskostnader	-1.148	-62	-2.290	-267
Övriga externa kostnader	-2.151	-86	-3.944	-169
Avskrivningar	-255	-3	-283	-6
Rörelseresultat	-10.567	-412	-19.345	-844
Finansnetto	638	-	615	-10
Periodens resultat	-9.929	-412	-18.730	-854

BALANSRÄKNINGAR

Tusen kronor	30 juni 2000	31 december 1999
Tillgångar		

Tecknat men ej inbetalt kapital	-	1.016
Materiella anläggningstillgångar	1.829	182
Varulager	4.650	1.383
Kortfristiga fordringar	6.323	3.553
Kassa och bank	124.961	4.719
Summa tillgångar	137.763	10.853
Eget kapital och skulder		
Eget kapital	122.164	5.704
Långfristiga skulder	-	1.000
Kortfristiga skulder	15.599	4.149
Summa eget kapital och skulder	137.763	10.853

FINANSIELLA NYCKELTAL

Tusen kronor	30 juni	31 december
	2000	1999
Nettoomsättning	9.536	18.271
Bruttomarginal, %	13,9	15,2
Periodens resultat	-9.929	-18.730
Soliditet, %	88,7	88,7
Nettoinvesteringar	1.389	1.930
Eget kapital per aktie, SEK	20,81	20,81
Antal aktier vid periodens slut	5.869.360	5.869.360
Antal anställda vid utgången av period	29	29
Summa eget kapital och skulder	137.763	10.853

För ytterligare information:
 Anders Halvarsson, VD NetOnNet
 tfn: 0705-48 55 56, 033-41 66 00
anders.halvarsson@netonnet.com