



## NetOnNet AB (publ) Delårsrapport, januari - juni 2001

Jämförelser i rapporten har, om inte annat angetts, skett med samma period 2000.

# Stark tillväxt och resultatförbättring under lågsäsong.

- Försäljningen uppgick till 61,6 (18,3) miljoner kronor, en ökning med 237 %.
- Försäljningen i Tyskland utvecklades enligt plan. Under andra kvartalet uppgick försäljningen till 10,4 miljoner kronor, vilket kan jämföras med försäljningen i Sverige under andra kvartalet 2000 som uppgick till 9,6 miljoner kronor.
- Förvärvskostnaden per ny kund har utvecklats mycket positivt och ligger under perioden på en *intäkt* på 100 kronor, från en kostnad på cirka 1000 kronor under motsvarande period föregående år.
- Resultatet för perioden uppgick till -14,7 (-18,7) miljoner kronor, varav resultatet i Sverige uppgick till -4,7 (-16,4), i Tyskland -8,0 (-2,3) samt i Belgien -2,0 (-) miljoner kronor.
- Samtliga nyckeltal har förbättrats och med ökade volymer förväntas den svenska verksamheten gå med vinst från och med september 2001.
- Den nuvarande kassan förväntas räcka för att föra hela bolaget till vinst.

### NetOnNet-modellen

För att utveckla verksamheten med fokus på rätt saker har NetOnNet utvecklat en egen modell som övergripande guideline. Löpande kontrolleras och ifrågasätts om man arbetar inom modellens ramar.

Här nämns kortfattat synen på de olika parametrarna:

- Fokus på sortiment och försäljning: Ledning och medarbetare har gedigen säljbakgrund och alla aktiviteter ska skapa försäljning. Om de inte gör det så riskerar det att påverka priserna på sikt. Alla säljskapande åtgärder ska utgå från sortimentet, dvs. produkterna. Genom att erbjuda rätt produkter till rätt priser blir det försäljning som skapar nöjda kunder som kan tänka sig att handla igen.
- Branschkunskap: Personal på produkt-, sälj- och marknadsavdelningar rekryteras företrädesvis inom branschen. Vid t.ex. val av leverantörer och alternativa lösningar är det lättare att vara påhittig om man har ett stort kontaktnät.
- Låga kostnader: Då NetOnNet konkurrerar med lägre priser än konkurrenterna måste alla löpande kostnader som löner, resor, lokaler mm hållas på ett minimum. Det är viktigt att tävla i kostnadsjakt och tycka att det är roligt.
- 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. Detta skapas huvudsakligen genom att erbjuda tillbehör och kombinationsprodukter vid köp av de större hårdvarorna. Det blir mycket billigare för kunden om hon/han köper de tillbehör som behövs samtidigt som de köper hårdvaran.

- Hög fokus på styrning och uppföljning av verksamheten: Enkelt uttryckt ska kostnadsmassan minska i förhållande till försäljning och bruttovinst. Nyckeltalen bryts ned på nivåer och slag som ger snabba indikationer om eventuella avvikelser. Det gäller att välja rätt och att följa upp ofta så att alla nyckeltal hela tiden utvecklas åt rätt håll.

*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 och har verksamhet i Tyskland och Belgien sedan slutet på år 2000.*

## Marknad

Hemelektronikmarknaden som NetOnNet verkar på utvecklades mycket starkt under år 2000 och branschen som helhet bedöms ha ökat med cirka 15% enligt de slutgiltiga beräkningarna. Den största delen av ökningen skedde under inledningen av året och tillväxten mattades under de två sista kvartalen. Under rådande konjunktur bedömer NetOnNet att branschens tillväxt kommer att avmattas ytterligare under 2001.

För perioden beräknas branschen ha tappat cirka 3% mot föregående år. Minskningen förklaras främst av de stora ökningarna förra året i kombination med en allmänt försämrad konjunktur som påverkar en del av kapitalvarukonsumtionen. Avmattningen förväntas framförallt att påverka de mer mogna produktområdena som t.ex. Video och de mer lyxbetonade segmenten som t.ex. Storbilds-TV och exklusivare Hemmabiosystem.

Parallellt med detta förväntas en rad nya produkter fortsätta att växa starkt. Det är dels traditionella segment som TV där framförallt det nya Widescreenformatet medförande större modeller slagit igenom under år 2000 som nu kommer att kunna växa i de lägre prissegmenten. DVD-spelare har nu etablerat sig i prisläget under 2000 kronor och växer snabbt, vilket även kommer att ha en positiv effekt på försäljningen av Hemmabiopaket och följaktligen av DVD-filmer. Även här förväntas marknaden att öka i de lägre prissegmenten som en följd av det allmänna konjunkturläget. Andra Digitala produktgrupper som fått sitt genombrott och som förväntas att fortsätta att växa är MiniDisc, MP3, Digital-TV och Digitala kameror. Utvecklingen innebär också att marknaden för tjänster knutna till produkterna kommer att öka. Dock kan konstateras att avmattningen på mobil telefoni under inledningen på året påverkar såväl telefonförsäljningen som abonnemangsförsäljningen negativt.

Trots att US dollarn varit mycket stark mot Euron och i synnerhet mot svenska kronan har inte leverantörerna lyckats att höja prisbilderna under perioden. Det samlade intrycket är dock att en generell prishöjning kommer att ske med mellan 3-5% i Sverige och mellan 1-2% i Euroanslutna länder under andra halvåret.

NetOnNets totala snittordervärde som ökade till över 3000 kronor exklusive moms under år 2000 har under perioden legat strax under 3000 kronor exklusive moms. Kombinationen av försämrad konjunktur och svag valuta gör att snittordervärdet förväntas att ligga runt nuvarande nivå för kommande period.

Inom E-handeln har produktområdet hemelektronik inte varit lika väl etablerat som t.ex. böcker och CD-skivor. Under år 2000 har denna bild förändrats avsevärt och idag omnämns hemelektronik allt oftare bland de branscher som spås en ljus framtid inom e-handeln. Under perioden har bl.a. Ernst & Young redovisat en undersökning med en positiv prognos för e-handelns tillväxt under de närmaste åren. Sammantaget med tidigare tillväxtprognoser som finns tillgängliga för E-handeln i allmänhet, bedömer bolagets ledning NetOnNets tillväxtpotentialer som fortsatt mycket goda. Det bör nämnas att konjunkturavmattningen kan komma att skapa möjligheter i form av bättre produkttillgång, minskad konkurrens etc., vilket ofta gynnar bolag som har en liten, men snabbt växande marknadsandel. Då NetOnNet dessutom har en utpräglad lågprisprofil bör en konjunkturedgång kunna gynna bolagets ställning på marknaden.

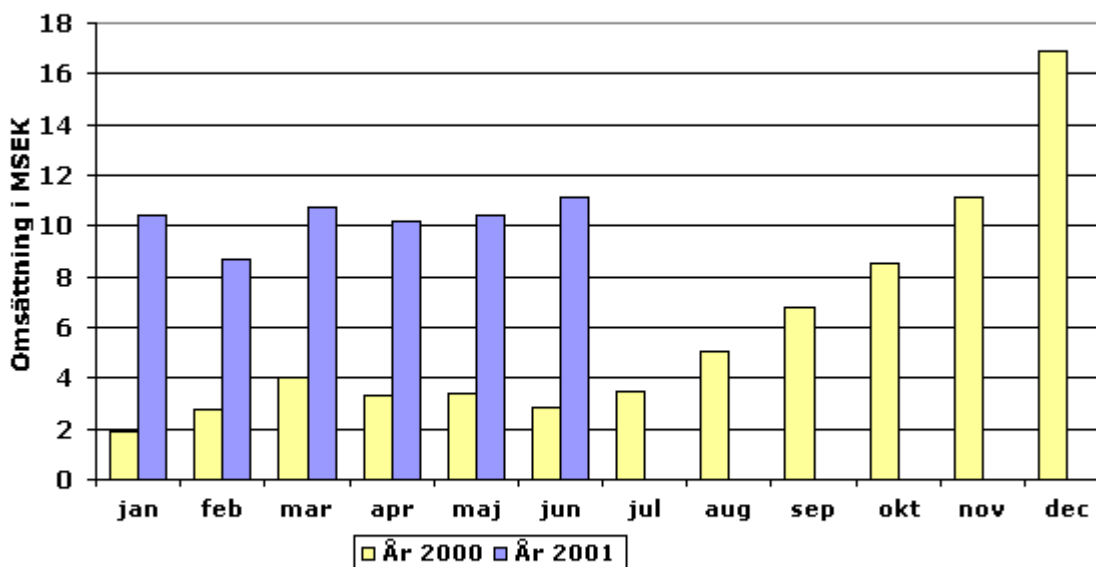
Källa: Branschkansliets Marknadsinformation AB, NetOnNet AB

## Omsättning

Omsättningen under perioden uppgick till 61,6 (18,3) miljoner kronor. Jämfört med första halvåret 2000 motsvarar det en ökning på 237 %.

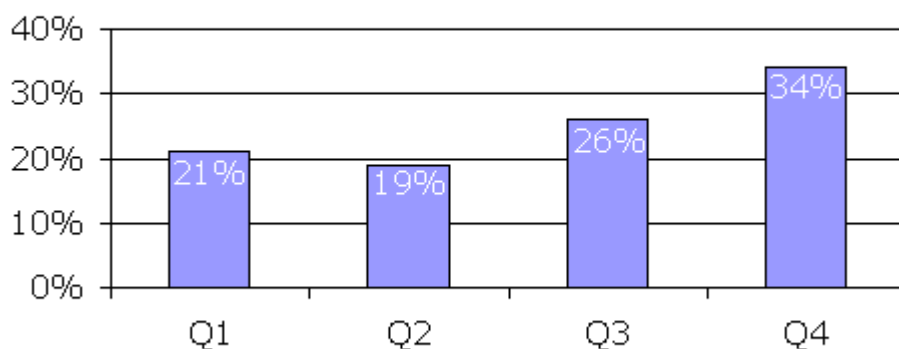
	Sverige	Tyskland	Belgien	Totalt
Försäljning jan-jun 2001	42,9	17,5	1,2	61,6 MSEK
Försäljning jan-jun 2000	18,3	-	-	18,3 MSEK

### Omsättning januari 2000 - juni 2001



För att lättare kunna bedöma innebörden av omsättningen beskriver nedanstående bild den säsongvariation som råder i hemelektronikbranschen.

### Säsongvariation inom hemelektronikbranschen



Källa: Branschkansliets Marknadsinformation AB

### Produkter

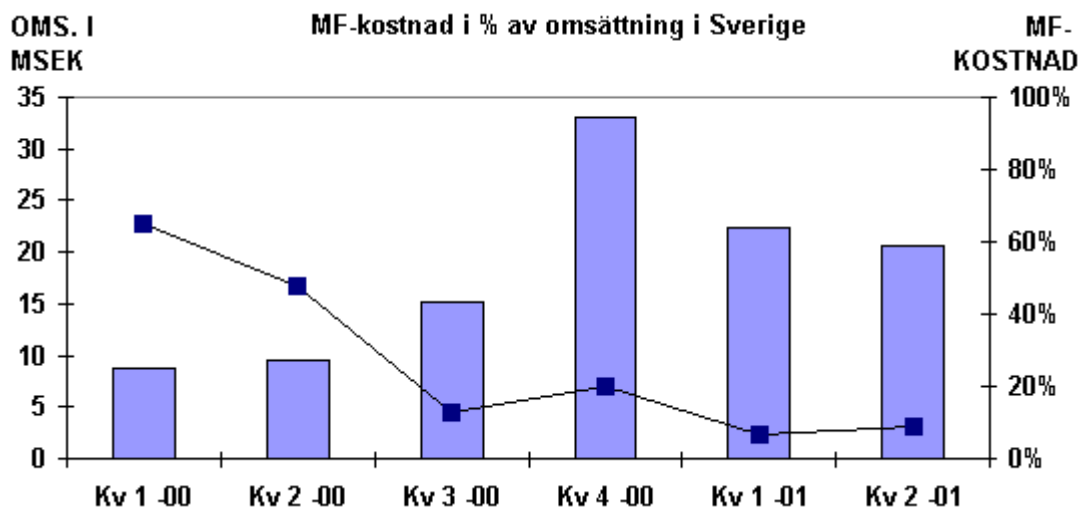
De tre största produktområdena för perioden är *TV* (31,1 % av total försäljning), *DVD Hårdvara* (15,3 %) och *Hifi* (13,2 %). Den totala tillväxten i jämförelse med samma period år 2000 var på 237 % och de tre värdemässigt största ökningstalen har gjorts inom *DVD Hårdvara* (+ 494 %), *Hifi* (+249 %) och *TV* (+155 %). Lagervärdet som per den 30 juni uppgick till 18,3 miljoner kronor är justerat för inkurans.

**Marknadsföring**

Kostnaderna för marknadsföringen uppgick till 6,6 (10,5) miljoner kronor för perioden, varav Sverige stod för 3,4 (10,2) miljoner kronor. Under lågsäsongens botten som är mellan april till juni har huvuddelen av marknadsföringen inriktats på att nå ökad kännedom inför hösten som är hemelektronikbranschens högsäsong. Reklamen har huvudsakligen koncentrerats till TV4.

Investeringarna i marknadsföring blir allt effektivare.

Bilden visar hur marknadsföringen utvecklats i förhållande till omsättningen:



Förvärvskostnaden för nya kunder i Sverige har minskat stadigt och har gått från drygt 1.000 kronor första halvåret 2000 till en intäkt på ca 100 kronor under första halvåret 2001.



Not: Förvärvskostnad per ny kund definieras som periodens totala täckningsbidrag från nya kunder minus periodens totala marknadsföringskostnad delat med antal nya kunder.

**Kundservice & Logistik**

Under perioden har en investering skett i en ny telefonväxel med professionella Call-center-funktioner vilket framdeles kommer att förbättra NetOnNets möjligheter att erbjuda en högkvalitativ kundservice.

Logistiken har utvecklats med ytterligare en lagerenhet i Borås. Huvudlagret i Borås har utvecklats för att kunna hantera att kunderna hämtar sina beställningar direkt på lagret samt hantering av direktförsäljning från lagret. Syftet är att förbättra både logistik och kundservice regionalt i Västsverige.

Projektering är påbörjad för ett centralt lager som ska försörja Tyskland och Benelux med varor.

### **Resultat och bruttomarginal**

Resultatet efter finansiella poster för perioden uppgick till -14,7 (-18,7) miljoner kronor. Av detta avser -4,7 (-16,4) miljoner kronor i Sverige, -8,0 (-2,3) miljoner kronor i Tyskland samt -2,0 (-) miljoner kronor i Belgien.

Bruttomarginalen uppgick till 18,9 % (15,2 %), varav Sveriges marginal uppgick till 20,7 % (15,2 %). Den förbättrade bruttomarginalen är ett resultat av förbättrade inköpspriser och ökad tillbehörsförsäljning. Inköspriserna förväntas kunna förbättras ytterligare i takt med ökade inköpsvolymmer.

### **Finansiell ställning och likviditet**

Per 30 juni, 2001 uppgick nettokassan till 68,7 miljoner kronor motsvarande 11,70 kronor per aktie och soliditeten var 84,5 procent. Bolagets egna kapital uppgår till 87,9 miljoner kronor, motsvarande 14,98 kronor per aktie.

Kassaflödet under perioden var -24,6 miljoner kronor, vilket till stor del är hänförligt till en minskning av kortfristiga skulder med 10,7 miljoner kronor i inledningen av perioden.

### **Personal**

Antal anställda har ökat från 35 till 41 personer varav 28 i Sverige, 9 i Tyskland och 4 i Belgien. Antalet anställda under året förväntas att öka med ytterligare 6-8 personer.

### **Händelser under perioden**

NetOnNet har erhållit utmärkelser för Bästa Internetbutik i både Sverige och Tyskland. Utmärkelsen i Sverige heter Retail Awards och delades ut av Svensk Handel. I Tyskland heter utmärkelsen Best of Internet och delades ut av tidningen Tomorrow.

Den 26:e april öppnade NetOnNet sitt lager för direktförsäljning (se även kommentar under Kundservice & Logistik). Försäljningen kommer att ske på kvällar och helger, dvs. då lagret är stängt för normal distribution. Det kommer inte att vara en butik i vanlig bemärkelse utan endast lagerförsäljning utan utställning. Projektet genomförs i syfte att utvärdera en utveckling av NetOnNets affärskoncept.

Under våren har personal tecknat sig för förlagslån förenat med avskiljbara optionsrätter. Vid fullt utnyttjande av optionsrätterna under perioden 1 januari - 30 juni 2003 ökas aktiekapitalet med 8.060 kronor och antalet aktier med 80.600 st.

### **Händelser efter rapportperiodens utgång**

Inga händelser av väsentlig karaktär kan rapporteras.

### **Utsikter för 2001**

Förutsättningarna för fortsatt tillväxt är mycket goda. I Sverige förväntas försäljningen fortsätta att öka mycket väl, även om fokus kommer att ligga på förbättring av rörelsemarginalen. Tyskland och Belgien har fått en start som i stora delar påminner om Sverige under 1999/2000, vilket gör att utsikterna för en utveckling i linje med Sverige är att vänta, dock med ännu effektivare nyckeltal för marknadsföringen.

Samtliga nyckeltal har förbättrats under året och den svenska verksamheten beräknas gå med vinst från september 2001. Den nuvarande kassan förväntas att räcka för att föra hela bolaget till vinst.

*Denna rapport har inte varit föremål för granskning av bolagets revisorer.*

Borås den 16 augusti 2001



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](http://www.netonnet.se)

### Kommande rapporter

NetOnNet rapporterar månadsvis med avseende på hur försäljning och resultat utvecklas.

Månadsrapport juli 2001, 16 augusti, 2001

Månadsrapport augusti 2001, 18 september 2001

Delårsrapport januari-september2001 23 oktober, 2001

### RESULTATRÄKNINGAR

Tusen kronor	apr-jun 2001	apr-jun 2000	jan-jun 2001	jan-jun 2000	jan-dec 2000
Nettoförsäljning	31.798	9.536	61.557	18.271	70.086
Varukostnader	-26.268	-8.209	-49.943	-15.497	-58.257
<b>Bruttoresultat</b>	<b>5.530</b>	<b>1.327</b>	<b>11.614</b>	<b>2.774</b>	<b>11.829</b>
Personalkostnader	-4.881	-3.523	-9.603	-5.105	-13.139
Marknadsföringskostnader	-3.498	-4.817	-6.591	-10.497	-21.616
Butikskostnader	-613	-1.148	-1.238	-2.290	-5.309
Övriga externa kostnader	-5.276	-2.151	-9.869	-3.944	-12.941
Avskrivningar	-313	-255	-539	-283	-486
<b>Rörelseresultat</b>	<b>-9.051</b>	<b>-10.567</b>	<b>-16.226</b>	<b>-19.345</b>	<b>-41.662</b>
Finansnetto	698	638	1.511	615	2.961
<b>Periodens resultat</b>	<b>-8.353</b>	<b>-9.929</b>	<b>-14.715</b>	<b>-18.730</b>	<b>-38.701</b>

**BALANSRÄKNINGAR**

---

Tusen kronor	31 juni 2001	31 december 2000
--------------	-----------------	---------------------

---

**Tillgångar**

Materiella anläggningstillgångar	3.751	3.116
Långfristiga fordringar	659	636
Varulager	18.287	18.634
Kortfristiga fordringar	12.617	14.226
Kassa och bank	68.729	92.894

---

<b>Summa tillgångar</b>	<b>104.043</b>	<b>129.506</b>
-------------------------	----------------	----------------

**Eget kapital och skulder**

Eget kapital	87.901	102.616
Kortfristiga skulder	16.142	26.890

---

<b>Summa eget kapital och skulder</b>	<b>104.043</b>	<b>129.506</b>
---------------------------------------	----------------	----------------

**Kassaflödesanalys**

Tusen kronor	apr-jun 2001	jan-jun 2001	jan-dec 2000
<b>Den löpande verksamheten</b>			
Rörelseresultat	-9.051	-16.226	-41.662
Justering avskrivningar	313	539	486
Finansiellt netto	698	1.511	2.961
<b>Kassaflöde före förändring av rörelsekapital</b>	<b>-8.040</b>	<b>-14.176</b>	<b>-38.215</b>
Förändring i rörelsekapital			
Varulager	711	347	-17.251
Rörelsefordringar	-1.286	1.609	-10.672
Rörelseskulder	764	-10.748	22.740
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten</b>	<b>-7.851</b>	<b>-22.968</b>	<b>-43.398</b>
Investeringsverksamheten			
Förvärv av materiell anläggningstillgångar	-823	-1.174	-3.420
Förvärv av finansiella tillgångar	-2	-23	-636
<b>Kassaflöde från investerings-verksamheten</b>	<b>-825</b>	<b>-1.197</b>	<b>-4.056</b>
Finansieringsverksamheten			
Nyemissioner	-	-	136.629
Amortering av skuld	-	-	-1.000
<b>Kassaflöde från finansierings-verksamheten</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>135.629</b>
<b>PERIODENS KASSAFLÖDE</b>	<b>-8.676</b>	<b>-24.165</b>	<b>88.175</b>
<b>Likvida medel vid periodens början</b>	<b>77.405</b>	<b>92.894</b>	<b>4.719</b>
<b>Likvida medel vi periodens slut</b>	<b>68.729</b>	<b>68.729</b>	<b>92.894</b>

**FINANSIELLA NYCKELTAL**

Tusen kronor	apr-jun 2001	apr-jun 2000	jan-jun 2001	jan-jun 2000	jan-dec 2000
Nettoomsättning	31.798	9.536	61.557	18.271	70.086
Bruttomarginal, %	17,4	13,9	18,9	15,2	16,9
Periodens resultat	-8.353	-9.929	-14.715	-18.730	-38.701
Soliditet, %	84,5	88,7	84,5	88,7	79,2
Nettoinvesteringar	823	1.389	-1.174	1.930	3.420
Eget kapital per aktie, SEK	14.98	20.81	14.98	20.81	17.48
Antal aktier vid periodens slut	5.869.360	5.869.360	5.869.360	5.869.360	5.869.360
Antal utestående optioner vid periodens slut	183.520	102.920	183.520	102.920	102.920
Antal anställda vid utgången av period	41	29	41	29	35