

**NetOnNet AB (publ)**  
**Delårsrapport, januari - juni 2002**

*Jämförelser i rapporten har, om inte annat angetts, skett med samma period 2001.*

## **Stark tillväxt i lågsäsong**

- **Försäljningen uppgick till 117,6 (61,6) miljoner kronor, en ökning med 91 %.**
- **Försäljningen i Sverige under det första halvåret uppgick till 81,3 (42,9) miljoner kronor, en ökning med 90 %. Försäljningen i Tyskland uppgick till 36,3 (17,5) miljoner kronor, en ökning med 107 %.**
- **Resultatet för perioden uppgick till -2,4 (-14,7) miljoner kronor, varav resultatet i Sverige uppgick till 1,8 (-4,7), i Tyskland -4,2 (-8,0) miljoner kronor.**
- **Vinstmarginalen i Sverige uppgick till 2,3% och för verksamheten inklusive Tyskland är vinstmarginalen -2,0%.**
- **Etablering av en ny Lagershop i Ullared är beslutad och öppning är beräknad till slutet av 2002.**
- **Kassan per den 30 juni uppgick till 58,1 miljoner kronor. Kassaflödet under perioden var positivt och uppgick till 1,9 (-24,2) miljoner kronor.**
- **Juli månads försäljning uppgick till 23,7 (11,1) miljoner kronor, vilket var den högsta omsättningen sedan januari månad. Detta framgår av den försäljningsrapport som också publiceras idag.**

*NetOnNet ([www.netonnet.se](http://www.netonnet.se)) är Europas första renodlade butik för hemelektronik på nätet. NetOnNet 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 handelsstaden Borås. Verksamhet bedrivs också i Tyskland sedan september 2000.*

## 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.

- Fokus på kunderna: All personal ska ha ett genuint intresse av att leva upp till de önskemål och krav kunderna ställer. Alla erbjudanden, lösningar och all service skall utarbetas med kundens bästa för ögonen.
- Fokus på sortiment och försäljning: Alla som arbetar med Marknad och Produkter behöver ha ett stort intresse för produkterna då de är det viktigaste verktyget för att uppnå visionen som är att erbjuda de bästa kvalitetsprodukterna till de lägsta priserna. Alla aktiviteter ska skapa försäljning. Det ger lägre kostnad per aktivitet vilket möjliggör lägre priser till kunderna. Alla säljskapande åtgärder ska utgå från sortimentet, dvs. produkterna. Genom att erbjuda rätt produkter till rätt priser genereras försäljning som skapar nöjda kunder som kan tänka sig att handla igen.
- Branschkunskap: Personal på produkt-, sälj- och marknadsavdelningar skall ha god känsla för hur branschen fungerar. Kunskaperna ska användas för att utveckla annorlunda och bättre lösningar än vad andra företag i branschen har.
- Tänk annorlunda och tänk större: Var beredd att arbeta hårt och att utmana traditionellt tänkande och oskrivna regler i syfte att skapa fördelar jämfört med andra företag.
- Låga kostnader: Då NetOnNet har ett låg-kostnads-koncept som skapar 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 dessutom 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.
- Hög fokus på styrning och uppföljning av verksamheten: Enkelt uttryckt ska kostnadsmassan löpande 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.

### Marknad

Under år 2001 beräknas branschen ha tappat cirka 5 % mot föregående år. Minskningen förklaras främst av de stora ökningarna år 2000 i kombination med en allmänt försämrad konjunktur som påverkar en del av kapitalvarukonsumtionen. Dessutom bedöms terrordåden den 11 september i USA ha inneburit ytterligare avmattning på kort sikt. Inför år 2002 förväntades marknaden att fortsätta minska med cirka 3-5 % pga. det svårbedömda konjunkturläget.

Under första halvåret 2002 beräknas försäljningen i Sverige ha varit oförändrad för branschen i helhet jämfört med samma period 2001, men med att avtagande tempo, efter att januari ökade med cirka 13 %. Tyskland bedöms ha minskat med cirka 14 %.

Det faktum att andra kvartalet generellt är årets svagaste hänger samman med ökad konkurrens från andra branscher under vår och försommar. De konkurrerande branscherna är bl.a. trädgård, fritid och sport.

Vid en jämförelse mellan Sverige och Tyskland är avmattningen i konjunkturen något större i Tyskland. 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.

Källor: SRL, Branschkansliets Marknadsinformation AB, Statistisches Bundesamt och NetOnNet AB

### Omsättning

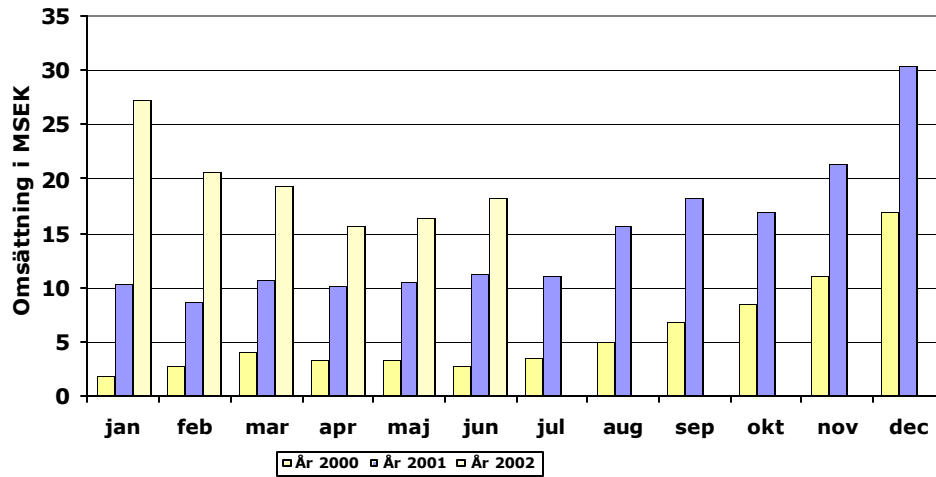
Omsättningen under perioden uppgick till 117,6 (61,6) miljoner kronor. Jämfört med första halvåret 2001 motsvarar det en ökning på 91 %.

	Sverige	Tyskland	Belgien	Totalt
Försäljning jan-juni 2002	81,3	36,3	-	117,6 MSEK
Försäljning jan-juni 2001	42,9	17,5	1,2	61,6 MSEK

Av periodens omsättning svarar det andra kvartalet för 50,3 (31,8) miljoner kronor, vilket motsvarar en ökning med 58 %.

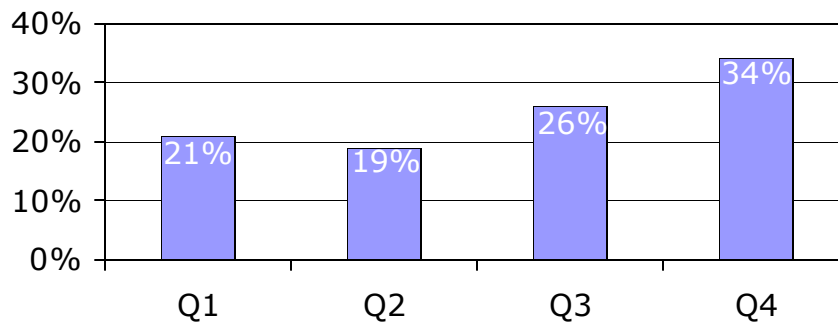
	Sverige	Tyskland	Belgien	Totalt
Försäljning apr-jun 2002	32,7	17,6	-	50,3 MSEK
Försäljning apr-jun 2001	20,6	10,3	0,9	31,8 MSEK

### Omsättning jan 2000 - jun 2002



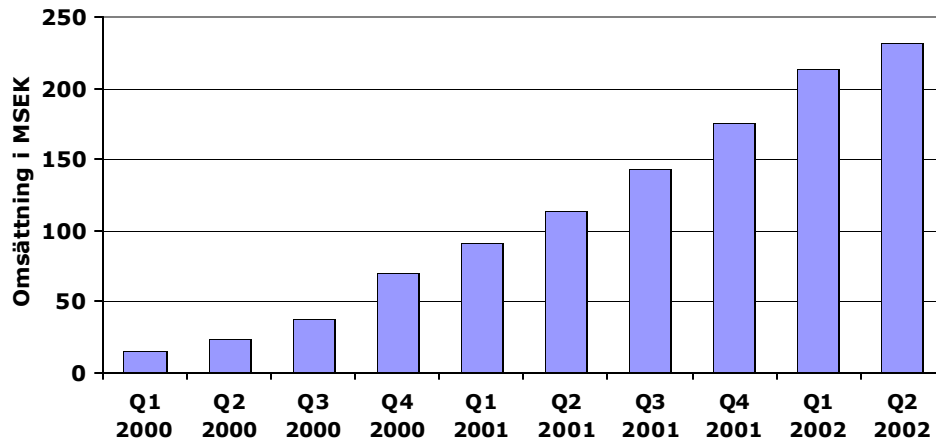
För att lättare kunna bedöma innebörden av omsättningen beskriver nedanstående bilder säsongvariation och rullande årsomsättning.

### Säsongvariation inom hemelektronikbranschen



Källa: Branschkansliets Marknadsinformation AB

### Rullande årsomsättning kvartal I 2000 - kvartal II 2002



Ovanstående diagram visar årsomsättningstakt genom att de senaste fyra kvartalen summerats. Den rullande årsomsättningen har ökat med 31,9 % sedan årsskiftet.

#### Produkter

Produktområdena består av följande varugrupper;

*Audio* (Stereo, HiFi, Bärbart ljud och Bilstereo).

*Video* (TV, Videobandspelare, DVD spelare och Parabolpaket).

*Photo & Camcorders* (System och Kompaktkameror, Digitala kameror och Videokameror samt tillhörande tillbehör).

*Telecom* (Tråd och sladdlösa telefoner, Mobiltelefoner samt tillhörande tillbehör).

*Accessories & Others* (Audio & Videotillbehör, DVD-filmer, Lagringsmedia och Datatillbehör).

Lagervärdet som per den 30 juni uppgick till 22,4 miljoner kronor är justerat för inkurans. Det innebär en minskning från årsskiftet med 7,3 miljoner kronor.

#### Marknadsföring

Kostnaderna för marknadsföringen uppgick till 4,6 (6,6) miljoner kronor för perioden, varav Sverige stod för 2,5 (3,4) miljoner kronor och Tyskland för 2,1 (2,9) miljoner kronor.

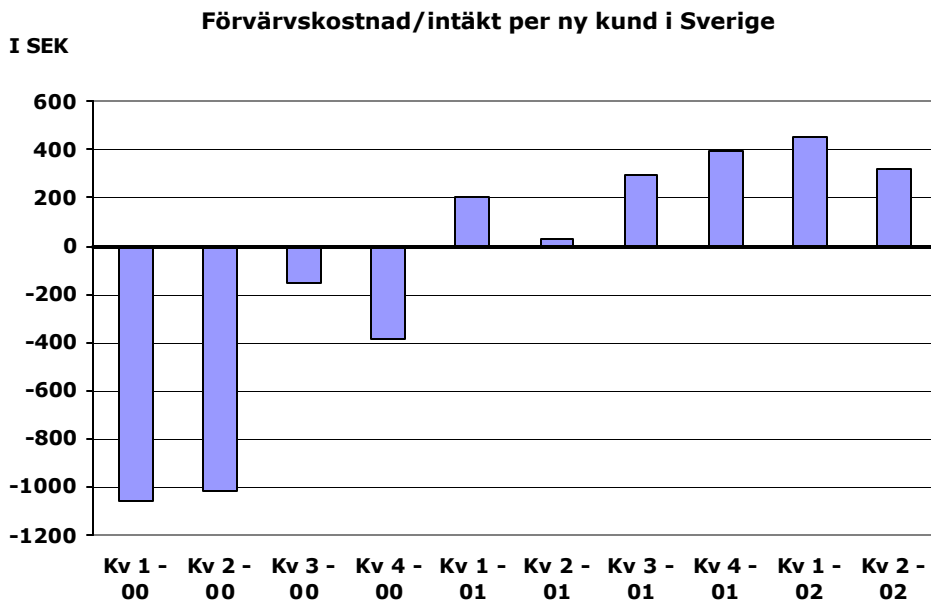
I Sverige var huvuddelen av marknadsföringen inriktad på utbudsreklam i kvällspress under kvartal 1. Under det andra kvartalet har inriktningen ändrats till kännedomsbyggande reklam i TV4. Effekterna av TV-reklamen under kvartal 2 beräknas slå igenom under hösten.

I Tyskland har en betydligt smalare mediamix använts, vilken huvudsakligen varit koncentrerad till online-reklam.

NetOnNets bärande budskap är att man ska jämföra priset innan man handlar eftersom NetOnNet har dokumenterat lägre priser än konkurrenterna.

Investeringarna i marknadsföring blir allt effektivare och kostnaden uppgick till 3,8 % (10,7 %) av omsättningen. I Sverige var motsvarande andel 3,1% (8,0%) och i Tyskland var den 5,4% (16,4%).

Nyckeltalet för att förvärva nya kunder i Sverige blev under andra kvartalet en intäkt per ny kund på 319 (28) kronor.



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

### Kundservice & Logistik

Den snabba tillväxten innebär att behovet av effektiva lokaler för lagring och distribution ökar. Fram till nu har det skett genom lagring i flertalet externa lagerlokaler. Ett projekt är påbörjat i syfte att konsolidera den svenska logistiken till en ny och rationellare lokal vilket beräknas genomföras i oktober.

### Resultat och bruttomarginal

Resultat före skatt för *perioden* uppgick till -2,4 (-14,7) miljoner kronor.

Fördelning av periodens resultat mellan länder:

	Sverige	Tyskland	Belgien	Totalt
Resultat jan-jun 2002	1,8	-4,2	-	-2,4 MSEK
Resultat jan-jun 2001	-4,7	-8,0	-2,0	-14,7 MSEK

Bruttomarginalen uppgick till 21,2 % (18,9 %).

Resultat före skatt för *det andra kvartalet* uppgick till -4,1 (-8,3) miljoner kronor.

Fördelning av periodens resultat mellan länder:

	Sverige	Tyskland	Belgien	Totalt
Resultat apr-jun 2002	-1,1	-3,0	-	-4,1 MSEK
Resultat apr-jun 2001	-3,3	-4,2	-0,8	-8,3 MSEK

Bruttomarginalen uppgick till 19,3 % (17,4 %).

Den förbättrade bruttomarginalen under första halvåret är ett resultat av fortsatt förbättrade inköspriser och ökad tillbehörsförsäljning, men har under andra kvartalet bromsats av beslut om att ytterligare sänka priserna i syfte att utöka prisfördelen gentemot marknadens aktörer.

#### **Finansiell ställning och likviditet**

Per 31 juni, 2002 uppgick nettokassan till 58,1 miljoner kronor motsvarande 9:90 kronor per aktie och soliditeten var 74,4 procent. Bolagets egna kapital uppgår till 79,3 miljoner kronor, motsvarande 13,51 kronor per aktie. Kassaflödet under perioden var positivt med 1,9 miljoner kronor.

#### **Personal**

Antal anställda uppgick till 49 varav 33 i Sverige och 16 i Tyskland.

#### **Händelser under perioden**

Som tidigare meddelats kommer NetOnNet att etablera flera fysiska enheter för lagerförsäljning. I mars tillkännagavs att den första etableringen utanför Borås blir i Ullared. Ingen annan ort i Sverige erbjuder så låga priser som man gör i Ullared på i stort sett alla produkter inom detaljhandeln. Hemelektronik finns redan idag men endast i begränsad omfattning och NetOnNet räknar med att bli ett ordentligt tillskott till varuutbudet på orten som har cirka 3,5 miljoner besökare varje år. Ullared har några hundra invånare och ligger i Falkenbergs kommun, cirka 3,5 mil från Falkenberg och cirka 4 mil från Varberg. Öppningen är beräknad till slutdelen av år 2002.

#### **Händelser efter rapportperiodens utgång**

I samband med denna halvårsrapport har också en försäljningsrapport för juli månad publicerats. Av siffrorna framgår att tillväxttakten har fått förnyad styrka och uppgår till 114 % jämfört med juli månad föregående år, ackumulerat t.o.m. juli månad uppgår ökningen till 94 %.

### **Utsikter för 2002**

Under inledningen av 2002 har verksamheten varit mycket fokuserad på förbättring av rörelsemarginalen. Under andra kvartalet har en ökad fokus på tillväxt inletts genom de prissänkningar som skett med start i Tyskland och nu även i Sverige. Internetförsäljningen förväntas att fortsätta växa snabbare än vad marknadens traditionella aktörer gör. Den nya etableringen av fysisk lagerförsäljning i Ullared är planerad att ske under slutdelen av året, vilket innebär att den inte förväntas få någon större effekt på tillväxten förrän nästa år, medan den däremot förväntas generera etableringskostnader under 2002. Tysklands utveckling förväntas att ligga i linje med Sveriges, dock med en tidsskillnad på drygt ett år, vilket hänger samman med att verksamheten startade cirka ett och ett halvt år efter Sverige.

### **Redovisningsprinciper**

Tillämpade redovisningsprinciper överensstämmer med dem som används i den senaste årsredovisningen, förutom vad gäller omräkningsdifferenser, vilka bokförs direkt mot eget kapital.

**Borås den 22 augusti, 2002**



Anders Halvarsson  
*Verkställande direktör*

Frågor angående denna delårsrapport besvaras av Anders Halvarsson, VD, tel.033-488 499. Delårsrapporten finns också tillgänglig på [www.netonnet.se](http://www.netonnet.se)

### **Kommande rapporter**

NetOnNet rapporterar försäljning månadsvis och resultat kvartalsvis.

Försäljningsrapport juli	22 augusti, 2002
Försäljningsrapport augusti	5 september, 2002
Delårsrapport januari-september	24 oktober, 2002
Försäljningsrapport oktober	6 november, 2002

## RESULTATRÄKNINGAR

Tusen kronor	apr-jun 2002	apr-jun 2001	jan-jun 2002	jan-jun 2001	jan-dec 2001
Nettoförsäljning	50.319	31.798	117.577	61.557	175.448
Varukostnader	-40.610	-26.268	-92.690	-49.943	-139.287
<b>Bruttoresultat</b>	<b>9.709</b>	<b>5.530</b>	<b>24.887</b>	<b>11.614</b>	<b>36.161</b>
Personalkostnader	-5.532	-4.881	-10.998	-9.603	-20.595
Marknadsföringskostnader	-2.673	-3.498	-4.607	-6.591	-12.503
Butikskostnader	-497	-613	-1.088	-1.238	-2.071
Avveckling Belgien	-	-	-	-	-2.325
Övriga externa kostnader	-5.242	-5.276	-10.881	-9.869	-20.829
Avskrivningar	-306	-313	-597	-539	-1.066
<b>Rörelseresultat</b>	<b>-4.541</b>	<b>-9.051</b>	<b>-3.284</b>	<b>-16.226</b>	<b>-23.228</b>
Finansnetto	458	698	920	1.511	2.728
<b>Resultat före skatt</b>	<b>-4.083</b>	<b>-8.353</b>	<b>-2.364</b>	<b>-14.715</b>	<b>-20.500</b>

## BALANSRÄKNINGAR

Tusen kronor	30 juni 2002	31 december 2001
<b>Tillgångar</b>		
Materiella anläggningstillgångar	3.965	4.052
Långfristiga fordringar	782	756
Varulager	22.334	29.696
Kortfristiga fordringar	21.410	26.148
Kassa och bank	58.096	56.236
<b>Summa tillgångar</b>	<b>106.587</b>	<b>116.888</b>
<b>Eget kapital och skulder</b>		
Eget kapital	79.294	82.117
Kortfristiga skulder	27.293	34.771
<b>Summa eget kapital och skulder</b>	<b>106.587</b>	<b>116.888</b>

**KASSAFLÖDESANALYS**

Tusen kronor	jan-juni 2002	jan-juni 2001	jan-dec 2001
<b>Den löpande verksamheten</b>			
Rörelseresultat	-3.284	-16.226	-23.228
Justering avskrivningar	597	539	1.150
Finansiellt netto	920	1.511	2.728
<b>Kassaflöde före förändring av rörelsekapital</b>	<b>-1.767</b>	<b>-14.176</b>	<b>-19.350</b>
Förändring i rörelsekapital			
Varulager	7.362	347	-11.062
Rörels efordringar	4.738	1.609	-11.922
Rörelseskulder	-7.478	-10.748	7.882
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten</b>	<b>2.855</b>	<b>-22.968</b>	<b>-34.452</b>
Investering/finansieringsverksamhet			
Förvärv av anläggningstillgångar	-536	-1.197	-2.206
Kursdifferens i eget kapital	-459	-	-
<b>Kassaflöde från investeringsverksamheten</b>	<b>-995</b>	<b>-1.197</b>	<b>-2.206</b>
 <b>PERIODENS KASSAFLÖDE</b>	 <b>1.860</b>	 <b>-24.165</b>	 <b>-36.658</b>
<b>Likvida medel vid årets början</b>	<b>56.236</b>	<b>92.894</b>	<b>92.894</b>
<b>Likvida medel vid periodens slut</b>	<b>58.096</b>	<b>68.729</b>	<b>56.236</b>

**FINANSIELLA NYCKELTAL**

Tusen kronor	apr-jun 2002	apr-jun 2001	jan-jun 2002	jan-jun 2001	jan-dec 2001
Nettoomsättning	50.319	31.798	117.577	61.557	175.448
Bruttomarginal, %	19,3	17,4	21,2	18,9	20,6
Resultat före skatt	-4.083	-8.353	-2.364	-14.715	-20.500
Soliditet, %	74,4	84,5	74,4	84,5	70,3
Nettoinvesteringar	503	823	536	1.197	2.206
Eget kapital per aktie, SEK	13.51	14.98	13.51	14.98	13.99
Resultat per aktie, SEK	-0,70	-1,42	-0,40	-2,51	-3,49
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	183.520	183.520	183.520	183.520
Antal anställda vid utgången av period	49	41	49	41	47