



Delårsrapport Q2 januari - juni 2009
för New Nordic Healthbrands AB (publ)

	1 april – 30 juni 2009	1 januari – 30 juni 2009	1 april – 30 juni 2008	1 januari – 30 juni 2008
Nettoomsättning, kSEK	56 574	115 076	50 455	99 031
Rörelseresultat före avskr.(EBITDA), kSEK	4 111	10 115	-3 461	-1 272
Rörelseresultat, kSEK	2 065	6 127	-5 413	-5 215
Vinst per aktie, SEK	0,03	0,22	neg	neg
Vinst per aktie EBITDA, SEK	0,66	1,63	neg	neg

Händelser under perioden

- Glädjande att den positiva trenden har fortsatt under andra kvartalet.
- Zuccarin™ har lanserats i Italien och i Frankrike via distributör.
- Nya mål för miljö, hälsa och säkerhet har implementerats.
- Det har gjorts avtal med återförsäljare i alla Nordiska länder om lansering av nya produkter under andra halvåret 2009.

Framtida utveckling

- Att långsiktigt stärka New Nordics nuvarande varumärken.
- Målinriktad produktutveckling och lansering av innovativa produkter som kan skapa nya varumärken och utöka sortimentet.
- Effektivisering och optimering av marknadsföringen.
- Utveckling av verksamheten i Nordamerika.

Händelser efter periodens utgång

- Distributionskontrakt underskriven med UNEKS i Ryssland för lansering under hösten 2009.

VD har ordet

Årets andra kvartal fortsatte den positiva utvecklingen. Försäljningen i kvartalet uppgick till 56,6 mSEK (50,5 mSEK). Det är en organisk tillväxt på 12 % jämfört med första kvartalet 2008. Första halvåret visar en sammanlagt organisk tillväxt på 16 % jämfört med första halvåret 2008.

Bruttomarginalen uppgick till 58 % vilket är lägre än vår målsättning men vi räknar med att bruttomarginalen kommer att uppgå till 70% inom 12-18 månader. Lönsamheten förbättrades jämfört med samma kvartal förra året och EBITDA uppgick till 4,1 mSEK (-3,5 mSEK). Kassaflödet från den löpande verksamheten var positivt och uppgick till 2,1 mSEK. (-8,5 mSEK).

Vårt affärsområde är inte lika hårt drabbat av den världsekonomiska situation som de flesta andra branscher. Dock upplever vi att grossister och återförsäljare reducerar deras lager. I vissa marknader, särskilt i Baltikum har marknaden för egenvårdsprodukter dock haft en tillbakagång på 20-25 % i år jämfört med förra året. Detta påverkar också vår försäljning men jag är övertygad om att vi bibehåller eller ökar vår marknadsandel i nästan alla länder, där vi är verksamma.

Under kvartalet har vi lanserat Zuccarin™ i Italien och via vår distributör i Frankrike. Flera lovande nya produkter har sålts in till Skandinaviska kunder för lansering under årets tredje kvartal. Under kvartalet har vi haft hög mötesaktivitet med apotekskedjor i USA som vi förväntar vill ge resultat under andra halvåret 2009 och fortsätta vår utveckling på den Nordamerikanska marknaden. Efter periodens utgång har vi ingått avtal med UNEKS i Ryssland, som kommer att lansera BioDrain® under tredje kvartalet 2009.

Omtanke för människa och miljö är en viktig del i vår affärsverksamhet. Under kvartalet har vi startat nya projekt med målsättning att göra New Nordic till det mest miljömedvetna egenvårdsföretaget i Skandinavien.

New Nordic kommer att fortsätta den fina trenden och lönsamheten kommer att utvecklas.

Karl Kristian Jensen, VD



Francois Gerard från New Nordic i Yunnan provinsen i Kina. Här har New Nordic i samarbete med lokalbefolkningen planterat träd och utrotningshotade växter för att kompensera verksamhetens CO2 utsläpp och för att gynna bio-mångfaldigheten.

New Nordic i korthet

VERKSAMHET

New Nordic är en av Nordens mest banbrytande verksamheter inom kosttillskott. Kosttillskott är livsmedel i koncentrerade doser som intas som ett komplement till den dagliga kosten. Det kan vara näringsämnen eller ämnen med fysiologisk verkan som intas i en uppmätt dos i form av tabletter eller kapslar. Bolaget etablerades i 1992 och 85% av bolagets försäljning är skapat genom organisk tillväxt.

STRATEGI

New Nordic strävar efter att utveckla och sälja de bästa och mest effektiva kosttillskotten på den internationella marknaden. Strategin bygger på bolagets särskilda förmåga att utveckla innovativa och effektiva produkter. New Nordic har ett kontinuerligt fokus på forskning och utveckling för att stärka bolagets långsiktiga konkurrensfördelar. I strategin ingår också att utöka den internationella distributionen genom New Nordics egna dotterbolag och samarbete med distributörer för att nå fler kunder över hela världen. New Nordics produkter marknadsförs huvudsakligen genom apotek och hälsofackhandel. New Nordics försäljning är i runda tal fördelad med cirka 50% i Norden, 30% i övriga Europa och 20% i Nordamerika.

MARKNADEN

Marknaden i Europa och Nordamerika är på 114 miljarder SEK och förväntas växa med i genomsnitt 6% årligen under de kommande 10-12 åren. Tillväxten drivs av ett ökande antal äldre som önskar leva ett aktivt liv långt upp i åldern och ett ökande antal överviktiga med livstilsrelaterade problem. I tillägg önskar fler och fler att använda naturliga produkter samtidigt som forskningen inom området är kraftigt intensifierat.

ÄGARSTRUKTUR

New Nordic är ett publikt bolag listat på First North under Stockholmsbörsen. 80% av aktierna ägs av de två grundarna av bolaget som fortsatt är aktiva i ledningen och styrelsen.

VERKSAMHETER

New Nordics huvudkontor ligger i Malmö. Bolaget har desutom kontor i Danmark, Norge, Finland, Litauen, Italien, England, Turkiet, Canada och USA.



Affärsidé, mål och strategier

AFFÄRSIDÉ

New Nordics mål är att driva ett företag som skapar värdetillväxt för ägarna. Värdetillväxten skapas genom en verksamhet som är till nytta för våra medmänniskor.

New Nordics affärsidé är att utveckla och marknadsföra kosttillskott och naturläkemedel. Kosttillskott och naturläkemedel är produkter vars aktiva ingredienser utvinns från livsmedel eller på annat sätt hämtas i naturens imponerande rikedom och som ger hälsomässiga, förebyggande eller botande effekter.

Produkter som kan öka människors vitalitet och hjälpa dem att leva ett lyckligare, friskare och längre liv. New Nordics övergripande vetenskapligt baserade ”know how” är bolagets konkurrensmässiga plattform som bidrar till att etablera effektiva produkter under starka differentierade varumärken.

New Nordic strävar efter att utveckla och sälja de bästa och mest effektiva kosttillskotten på den internationella marknaden.

Strategin bygger på bolagets särskilda förmåga att utveckla innovativa och effektiva produkter.

New Nordic har en stor sakkunskap kring de fysiologiska effekterna av växter och vegetabiliska beståndsdelar.

Bolaget arbetar enbart på grundlag av vetenskaplig evidens vad gäller funktion, effekt och säkerhet.

New Nordic går sin egen väg. New Nordic gör sitt bästa för att förstå folks behov av att lösa hälsoproblem och utvecklar effektiva och säkra lösningar.

Ett kontinuerlig fokus på forskning och utveckling är avgörande för att få fram innovativa och förbättrade produkter och tekniker på marknaden och stärka bolagets långsiktiga konkurrensfördelar.

Alla egna produkter legotillverkas i GMP-godkända anläggningar i Sverige och Danmark.

I strategin ingår också att utöka den internationella distributionen genom New Nordics egna bolag och distributörer för att nå fler kunder över hela världen.

MÅL OCH PRINCIPER

New Nordics ekonomiska mål är att öka värdet av företaget mest möjligt mätt per aktie.

Det skall uppnås genom en stabil och långsiktig tillväxt och bra lönsamhet som genererar kassa och genom en konsekvent avkastning på eget kapital som är över det genomsnittliga. Interna mål för rörelsemarginal och avkastning på eget ka-

pital fastställs årligen.

New Nordics centrala principer går väl i hand med faktorer som gynnar det långsiktiga värdet på aktien. Det är New Nordics grundprincip att äga sina varumärken och formuleringar och det är bolagets princip att endast förvärva företag som äger sina varumärken och formuleringar. Den kontinuerliga försäljning av ett inarbetat varumärke är en framtida inkomstkälla och det är viktigt att bolaget äger och kontrollerar dessa varumärken.

Dessutom är det viktigt för aktievärdets växtmöjlighet att New Nordic opererar på en marknad, där behov och konsumtion av deras produkter ökar år från år och där den globala marknaden förväntas växa kraftigt under de närmaste 10 åren.

KAPITAL

New Nordic satsar på innovation och marknadsföring. Allt annat än forskning, produktutveckling och marknadsföring försöker de outsourca till underleverantörer.

Outsourcing inkluderar tillverkning, lagring, laboratoriarbete etc. Detta minskar företagets behov av kapitalinvesteringar för finansiering av tillgångar och gör det möjligt att själv finansiera även snabb tillväxt eftersom kapitalkravet kommer att vara begränsat till finansieringen av produktutveckling, ökning av varulager och kunder.

FÖRVÄRV

New Nordic överväger endast förvärv när vår kassaflödessituation tillåter det och när förvärvet kommer att medföra en ökning i aktiens värde.

New Nordic kommer att leta efter företag inom samma eller relaterade affärsområden som under en längre tid har uppvisat lönsamhet, bra kassaflöde och en konsekvent avkastning på eget kapital som är över det genomsnittliga. Företaget måste ha en trovärdig företagsledning och äga de varumärken och den know-how som är relaterat till de produkter de säljer.

New Nordic kommer att söka en långsiktig konkurrensfördel i potentiella företag. New Nordic kommer att undvika företag med för stora immateriella anläggningstillgångar samt företag där verksamheten är beroende av en eller få personer i ledningen.

RESPEKT FÖR AKTIEÄGARNA

Företaget är publikt och alla har möjlighet att bli aktieägare.

New Nordic vill vara uppriktiga i sin information till aktieägarna och informera dem om bolagets verksamhet som huvudaktieägarna Marinus Blåbjerg och Karl Kristian Jensen själva förväntar sig att bli informerade.

Styrelsen kommer att rapportera de kvartalsvisa delårsrapporterna till aktieägarna senast den sista dagen i månaden efter kvartalet med undantag av den årliga boksluts-kommuniké som kommer att rapporteras den sista dagen i februari.

Årsredovisningen kommer att släppas till aktieägarna senast 14 dagar före årsstämman som hålls i april.

RESPEKTEN FÖR SOCIALA OCH KULTURELLA SKILLNADER

På de marknader där New Nordic agerar gör de sitt bästa för att verka som ett seriöst och professionellt företag, som tänker lokalt och tar ett socialt och miljömässigt ansvar.

Bolagets skandinaviska rötter är en fördel i många länder men det är New Nordics dagliga handlingar och uttryck som är avgörande för dess långsiktiga framgång.

Resultaträkning

(kSEK)	1 april - 30 juni 2009	1 jan - 30 juni 2009	1 april - 30 juni 2008	1 jan - 30 juni 2008
Nettoomsättning	56 574	115 076	50 455	99 031
Kostnad sålda varor	-23 619	-47 734	-19 244	-35 992
Bruttoresultat	32 955	67 342	31 211	63 039
Personalkostnader	-7 848	-15 422	-8 954	-17 175
Övriga externa kostnader	-20 996	-41 805	-25 717	-47 136
Rörelseresultat före avskrivningar (EBITDA)	4 111	10 115	-3 461	-1 272
Avskrivningar	-2 046	-3 988	-1 952	-3 943
Rörelseresultat (EBIT)	2 065	6 127	-5 413	-5 215
Räntor och övriga finansiella poster	-585	-1 772	24	-2 437
Resultat efter finansiella poster	1 480	4 355	-5 388	-7 652
Periodens skatt	-1 312	-2 988	398	-105
Periodens resultat	168	1 367	-4 990	-7 757
Genomsnittligt antal aktier under perioden	6 195 200	6 195 200	6 195 200	6 195 200
Antal aktier vid periodens slut	6 195 200	6 195 200	6 195 200	6 195 200
Resultat per aktie, SEK	0,03	0,22	neg	neg
Resultat per aktie EBITDA, SEK	0,66	1,63	neg	neg

Balansräkning

(kSEK)	30 juni 2009	30 juni 2008	31 dec 2008
Tilgångar			
ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR			
Immateriella anläggningstillgångar	31 090	36 465	33 836
Förskott avseende immateriella anläggningstillgångar	0	7 000	0
Materiella anläggningstillgångar	5 444	6 241	6 394
Finansiella anläggningstillgångar	6 105	1 905	5 582
Summa anläggningstillgångar	42 639	51 611	45 812
OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR			
Varulager	42 924	39 448	42 914
Kortfristiga fordringar	37 968	36 574	39 637
Kassa och bank	4 355	976	3 369
Summa omsättningstillgångar	85 247	76 998	85 920
SUMMA TILLGÅNGAR	127 886	128 609	131 732
Eget kapital och skulder			
EGET KAPITAL	12 599	18 233	9 067
Avsättningar för skatter	14 064	12 372	13 106
Långfristiga skulder – räntebärande	19 895	21 927	22 395
Kortfristiga skulder – räntebärande	11 533	11 537	12 446
Kortfristiga skulder – icke räntebärande	69 795	64 540	74 718
Summa kortfristiga skulder	81 328	76 077	87 164
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	127 886	128 609	131 732

Förändring i eget kapital

(kSEK) 1 januari - 30 juni 2009	Aktiekapital	Fritt eget kapital	Summa eget kapital
Ingående balans	6 195	2 872	9 067
Omräkningsdifferens	0	2 165	2 165
Periodens resultat	0	1 367	1 367
Utgående balans	6 195	6 404	12 599

Kassaflödesanalys

(kSEK)	1 april - 30 juni 2009	1 jan - 30 juni 2009	1 april - 30 juni 2008	1 jan - 30 juni 2008
DEN LÖPANDE VERKSAMHETEN				
Rörelseresultat	2 065	6 127	-5 413	-5 215
Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet				
Avskrivningar	2 046	3 988	1 952	3 943
Övriga justeringar	-1	2 075	-808	-1 148
	4 110	12 190	-4 269	-2 420
Erhållen ränta	44	46	4	6
Erlagd ränta	-881	-1 639	-637	-1 198
Betald inkomstskatt	-261	-473	55	59
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital	3 012	10 124	-4 847	-3 553
Förändringar i rörelsekapital				
Ökning/minskning av varulager	-3 026	-258	95	2 261
Ökning/minskning av fordringar	5 195	180	-4 499	859
Förändring av kortfristiga skulder	-3 052	-5 765	757	-1 178
Kassaflöde från den löpande verksamheten	2 129	4 281	-8 494	-1 611
INVESTERINGSVERKSAMHETEN				
Förvärv immateriella anläggningstillgångar	-168	-322	-33	-571
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-51	-89	-136	-221
Försäljning inventarier	17	17	0	243
Förändring långfristiga fordringar	195	-523	-287	-910
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-7	-917	-456	-1 459
FINANSIERINGSVERKSAMHETEN				
Förändringar långfristiga skulder	-1 555	-2 391	1 040	-831
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	-1 555	-2 391	1 040	-831
Förändring av likvida medel	567	973	-7 910	-3 901
Likvida medel vid periodens början	3 788	3 369	8 945	4 864
Omräkningsdifferens likvida medel	0	13	-59	13
Likvida medel vid periodens slut	4 355	4 355	976	976

Nyckeltal och definitioner

(kSEK)	1 april - 30 juni 2009	1 jan - 30 juni 2009	1 april - 30 juni 2008	1 jan - 30 juni 2008
Nettoomsättning	56 574	115 076	50 455	99 031
Bruttoresultat	32 955	67 342	31 211	63 039
Rörelseresultat före avskrivningar (EBITDA)	4 111	10 115	-3 461	-1 272
Rörelseresultat	2 065	6 127	-5 413	-5 215
Resultat efter finansiella poster	1 480	4 355	-5 388	-7 652
Balansomslutning	127 886	127 886	128 609	128 609
Avkastning på sysselsatt kapital, %	4,6	14,0	neg	neg
Avkastning på eget kapital, %	1,3	10,9	neg	neg
Eget kapital	12 599	12 599	18 233	18 233
Soliditet, %	9,9	9,9	14,2	14,2
Skuldsättningsgrad	9,15	9,15	6,05	6,05
Räntetäckningsgrad, ggr	3,35	3,40	neg	neg
Investeringar	7	917	456	1 459
Kassaflöde från den löpande verksamheten	2 129	4 281	-8 494	-1 611
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	-1 555	-2 391	1 040	-831
Bruttomarginal, %	58,3	58,5	61,9	63,7
EBITDA, %	7,3	8,8	neg	neg
Rörelsemarginal, %	3,7	5,3	neg	neg
Vinstmarginal, %	2,6	3,8	neg	neg
Antal anställda, medeltal	47	47	61	61
Antal anställda, periodens slut	47	47	56	56
Nettoomsättning per anställd	1 204	2 448	827	1 623
Bruttoresultat per anställd	701	1 433	512	1 033
Resultat per anställd	31	93	neg	neg
Genomsnittligt antal aktier under perioden	6 195 200	6 195 200	6 195 200	6 195 200
Antal aktier vid periodens slut	6 195 200	6 195 200	6 195 200	6 195 200
EBITDA per aktie, SEK	0,66	1,63	neg	neg
Resultat per aktie, SEK	0,03	0,22	neg	neg
Eget kapital per aktie, SEK	2,03	2,03	2,94	2,94

Bruttoresultat: New Nordics bruttoresultat är Bolagets nettoomsättning med avdrag för kostnader till New Nordics leverantörer.

Soliditet: Eget kapital i procent av balansomslutningen.

Skuldsättningsgrad: Kvoten mellan samtliga skulder och eget kapital.

Räntetäckningsgrad: Resultat efter finansnetto plus finansiella kostnader dividerat med finansiella kostnader.

Avkastning på eget kapital: Resultat efter skatt i procent av eget kapital vid periodens slut.

Sysselsatt kapital: Balansomslutningen minskad med icke räntebärande avsättningar och skulder.

Avkastning på sysselsatt kapital: Resultat efter finansnetto plus finansiella kostnader dividerat med sysselsatt kapital.

Investeringar: Investeringar i materiella och immateriella anläggningstillgångar.

Bruttomarginal: Bruttoresultatet i procent av nettoomsättningen.

EBITDA marginal: Rörelseresultat före av- och nedskrivningar i procent av nettoomsättningen.

Rörelsemarginal: Rörelseresultat efter av- och nedskrivningar i procent av nettoomsättningen.

Vinstmarginal: Resultat efter finansiella poster i procent av nettoomsättningen.

Nettoomsättning per anställd: Nettoomsättning dividerat på genomsnittligt antal anställda.

Bruttoresultat per anställd: Bruttoresultat dividerat på genomsnittligt antal anställda.

Resultat per anställd: Resultat efter finansiella poster dividerat på genomsnittligt antal anställda.

Resultat per aktie: Resultat efter skatt dividerat med genomsnittligt antal aktier.

Eget kapital per aktie: Eget kapital dividerat med antal aktier vid periodens slut.

Moderbolaget

Moderbolagets nettoomsättning var 1 862 kSEK under första halvåret 2009. Omsättningen är relaterad till dotterbolagens betalning av så kallad ”management fee” baserad på det enskilda dotterbolagets nettoomsättning.

Transaktioner med närstående

Det har inte förekommit några väsentliga transaktioner med närstående under perioden.

Redovisningsprinciper

Denna rapport har upprättats i enlighet med Årsredovisningslagen och redovisningsrådets rekommendationer.

Kommande rapporttillfällen

Delårsrapport Q3 30 oktober 2009

Bokslutskommuniké 2009 27 februari 2010

För ytterligare information kontakta:

Karl Kristian Jensen, VD

kk@newnordic.com

Denna rapport har ej granskats av bolagets revisorer.

Malmö den 31 juli 2009

New Nordic Healthbrands AB (publ)

Styrelsen



New Nordic Healthbrands AB

Södra Förstadsgatan 3 C • SE-211 43 Malmö • Sverige

Telefon: +46 40 23 95 20 • Fax: +46 40 23 95 22

www.newnordic.com