



Delårsrapport januari – juni 2007
för New Nordic Healthbrands AB (publ)

	1 april – 30 juni 2007		1 januari – 30 juni 2007
Nettoomsättning	51,9 mSEK	Nettoomsättning	97,0 mSEK
Rörelseresultat före avskrivningar (EBITDA)	3,4 mSEK	Rörelseresultat före avskrivningar (EBITDA)	4,9 mSEK
Rörelseresultat	2,6 mSEK	Rörelseresultat	3,4 mSEK
Vinst per aktie	0,18 SEK	Vinst per aktie	0,21 SEK
Vinst per aktie EBITDA	0,54 SEK	Vinst per aktie EBITDA	0,83 SEK

Händelser under perioden

- New Nordic Turkiet började generera försäljningsintäkter i juni.
- New Nordic B.V., Holland, började generera försäljningsintäkter i juni.
- Filial har etablerats i Polen där hälsodrycken Daily Detox har lanserats.
- Hudvårdskapslarna Christian Bergman har lanserats i England i samarbete med de rikstäckande kedjorna Boots och Holland & Barrett.
- I Danmark har vi under varumärket LIVE lanserat en serie nya kosttillskott i samarbete med Coop och Dansk Supermarked i juni.

Framtida utveckling

- Vi fortsätter arbetet med att genomföra den planerade geografiska expansionen. Förberedelser pågår i Ryssland, Frankrike och Mexico. Dessutom kommer vi att utvärdera möjligheten att etablera i USA, såsom en naturlig fortsättning på framgångarna i Kanada.
- Vi kommer under 2007 att lansera nya innovativa kosttillskott för testmarknadsföring på utvalda marknader.
- Vi kommer att fokusera på fortsatt tillväxt samtidigt som EBITDA skall kunna förbättras till följd av stordriftsfördelar vid ökad omsättning.

Händelser efter periodens utgång

- New Nordic S.r.L., Italien, har börjat generera försäljningsintäkter
- New Nordic S.L., Spanien, har börjat generera försäljningsintäkter.
- Distributionen i Kanada har förstärkts genom samarbete med Katz group.

Kommentarer från verkställande direktören

Försäljningen det första halvåret 2007 uppgick till 97,0 mSEK och EBITDA uppgick till 4,9 mSEK.

Under första halvåret har vi målmedvetet etablerat nya dotterbolag, anställt lokala landchefer och andra nyckelmedarbetare samt låtit registrera produkter på ett antal nya viktiga marknader. På sikt vill detta mer än fördubbla New Nordics marknadspotential geografiskt.

Resultatet av våra ansträngningar förväntas kunna mätas på såväl omsättning som resultat under kvartal fyra 2007.

Styrelsen har beslutat, mot bakgrund av den framgångsrika etableringen i Kanada, att innan utgången av 2007 skall beslut tas om en eventuell etablering av New Nordic i USA under 2008.

Vid utgången av 2008 planerar vi att ha genomfört huvuddelen av vår geografiska expansion, vilken nyemissionen i samband med listningen på First North i januari 2007 skapade förutsättningar för.

Vi förväntar oss en omsättning för helåret 2007 på 220 mSEK och ett EBITDA på 5% motsvarande 11 mSEK.

I takt med att de kostnader vi haft med anledning av den geografiska expansionen börjar generera intäkter, kommer vi framöver att fokusera på förbättrad lönsamhet.

Vår bruttomarginal ligger på över 70% och vi är övertygade om att det är realistisk att förbättra EBITDA-marginalen, även om vi expanderar kraftigt, då vi ser tydliga stordriftsfördelar som följer av en ökad omsättning.

Ett exempel är marknadsföring, vår enskilt största kostnadspost, där vi kan effektivisera inköp och centralisera internationell utveckling och framtagning av kampanjer.

Första halvårets försäljning på våra etablerade marknader har legat under våra förväntningar trots att vi har en stark marknadsposition i de enskilda länderna.

Flera omständigheter har påverkat försäljningen negativt under perioden såsom; anpassning till ny EU-lagstiftning, strukturförändringar i detaljistledet och en tillfällig minskning i efterfrågan i Skandinavien och Storbritannien.

Det har varit en turbulent period som vi bedömer som övergående då vi ser tecken på förbättring. Det finns fortfarande ett ökat intresse hos människor att leva sundare och komplettera kosten med kosttillskott och naturläkemedel.

I sammanhanget bör nämnas att vi fortsatt har en bra intjäning på våra etablerade marknader, det vill säga i Skandinavien, Storbritannien, Polen och Baltikum.

Positivt är att våra nyetablerade dotterbolag i Finland och Kanada kan redovisa en positiv intjäning redan efter 12 månader på marknaden.

Under första halvåret 2007 har vi dessutom haft framgång med produktutvecklingen. Vi har nu flera innovativa egna produkter som kommer att introduceras senare under 2007.

De nya produkterna kommer först att testmarknadsföras i ett begränsat antal utvalda länder. Därefter kommer de bästa produkterna att introduceras internationellt i vår allt mer globaliserade organisation.

Efter vår nyemission i januari har vi haft ett starkt fokus på etablering av New Nordic i nya länder, parallellt med egen utveckling av nya spännande och innovativa produkter. Därför står vi nu starkare rustade än någonsin för en kommande succé.

Verksamhet

New Nordic är en snabbväxande och lönsam leverantör av kosttillskott och naturläkemedel på den internationella marknaden. Flera av koncernens varumärken är kategori-ledare på flera europeiska marknader och därigenom är koncernen på god väg att nå internationell status.

Runt om i världen inser fler och fler människor att kosttillskott och naturläkemedel kan hjälpa till att förlänga vitaliteten och förbättra livskvaliteten. New Nordic strävar efter att utveckla väl sammansatta produkter som kan bidra till ett längre, aktivare och mer välmående liv.

New Nordic har som målsättning att samtliga produkter som levereras ska hålla hög kvalitet, vilket gör att koncernens logotyp, Silverträdet, ses som en kvalitetsstämpel.

New Nordics fokus på forskning och utveckling har bidragit till att positionera New Nordic som en ledande innovatör inom egenvårdsbranschen.

New Nordic kommer att fokusera på tillväxt för att utnyttja den unika marknadssituation som finns just nu och under de kommande åren.

Försäljning och marknadsutveckling

Omsättningen för första halvåret uppgick till 97,0 mSEK. Andra kvartalet har vi haft en volymökning i förhållande till första kvartalet. Vi hade förväntat oss en högre omsättning men på flera av våra absolut största marknader har det varit mycket turbulens och tillfällig nedgång i totalmarknaden. En orsak är implementeringen av nya EU direktiv som skapar mycket oro på flera marknader, en annan orsak är att de större detaljhandelskedjorna för tillfället är påverkade av konsolideringar och att nya ägare kräver omstruktureringar och effektiviseringar. Vi ser dock positivt på framtiden för dessa marknader så fort turbulensen har lagt sig. Vi har dock lyckats att anpassa våra utgifter till rådande marknadsförhållande så vårt resultat är relativt tillfredsställande på dessa turbulenta marknader.

I gruppen av länder, där vi anser New Nordic vara väletablerat, har vi en bra marknadsposition och ett bra EBITDA. Skandinavien är det geografiska område som har störst betydelse för New Nordic, men omsättningen i andra länder förväntas att öka hastigt under sista kvartalet 2007 och under 2008. Efter nyemissionen i januari 2007 har vi arbetat hårt med att genomföra vår geografiska expansion. Vi har lyckats bra med förberedelserna, men att etablera försäljningsbolag utomlands tar mycket tid och kräver

stora resurser. Det är en av New Nordics absoluta styrkor att kunna etablera i nya länder fort med minimala investeringar. Det är framförallt ledningens mångåriga internationella erfarenhet inom kosttillskottsindustrin som gör det möjligt. Det är speciellt upplyftande att de nyetablerade försäljningsbolagen Finland och Kanada går mycket bra och visar överskott mindre än 12 månader efter etablering. Succén i Kanada gör att vi utvärderar möjligheterna i USA, där ledningen har bra kontakter och känner marknaden väl. Beslut om att eventuellt etablera New Nordic i USA kommer att tas senare i år.

Utvecklingen i Kina går också bra. Produktregistreringarna av några produkter har dragit ut på tiden, men vi har två produkter på marknaden som växer månad för månad. Samtidigt ökar distributionen av våra produkter i Kina.

I slutet av kvartalet har vi börjat sälja våra produkter både i Turkiet och i Holland. Turkiet har kommit igång bäst och vår marknadsföring tycks vara effektiv även där.

Vi har efter periodens slut börjat sälja vår produkter i Italien och Spanien. Dessutom förbereder vi etableringar i Ryssland, Frankrike och Mexico.

Vid utgången av 2008 förväntar vi oss ha startat upp huvuddelen av de marknader som skall bidra till New Nordics internationalisering och kraftiga tillväxt.

Utvecklingen av våra varumärken

Ett mycket stort plus för New Nordic är att bolaget självt äger de varumärken som säljs och marknadsförs. New Nordic har en bruttomarginal på långt över 70 %. Det ger utrymme för aggressiva marknadsinvesteringar i varumärken och på så sätt bygger New Nordic värde långsiktigt. New Nordics internationella spridning gör utvecklingen av marknadsföringsmaterial kostnadseffektiv och New Nordic kan sluta fördelaktiga avtal med internationella medier. Det är New Nordics strategi att fortsätta bygga varumärken men också att effektivisera marknadsföringen och därigenom skapa förutsättningar för ett högre EBITDA.

New Nordic säljer produkter under fyra ”paraply-varumärken”: New Nordic, kosttillskott och naturläkemedel till apotek, hälsokostaffärer, ”drugstores” och ”department stores”. Under detta varumärke ligger idag merparten av bolagets försäljning.

BRANDS BY NEW NORDIC HEALTHBRANDS AB				
BRAND				
MARKET	Nutraceuticals and natural medicines	Nutraceuticals	Nutraceuticals and cosmetics	Functional drinks
PRODUCTS	State of the art food supplements with the unique New Nordic quality	Premium food supplements that everyone can afford	Dynamic beauty products based on plant extracts	Tasty natural health drink with bioactive plant extracts
DISTRIBUTION	Pharmacies Parapharmacies Drugstores Health shops Department stores	Supermarkets Drugstores Pharmacies Parapharmacies	Pharmacies Parapharmacies Drugstores Health shops Department stores	Fitness centres Convenience stores Cafe's Drugstores Supermarkets Health stores

BioDrain®, Dida™, Blue Berry™, Tone™ och Apple Cider™ är några av de största produkterna. När New Nordic etablerar försäljningsbolag i ett nytt land lanseras vanligtvis 3-4 av de bäst säljande produkterna på den nya marknaden. Därefter introduceras successivt fler produkter. New Nordic – produktgruppen utvecklas mycket positivt.

Under Live-serien säljs nu 10 produkter till den breda marknaden. Produkterna har en komposition och ett pris som gör dem attraktiva i traditionell dagligvaruhandel. Live-produkterna säljs än så länge bara i Danmark, på

Coop (Kvickly och Super Brugsen), Bilka, Føtex, Matas och hälsokostaffärer. Live-serien har en bra utveckling i Danmark och bedöms att ha stor potential på andra marknader där vi är verksamma, förutsatt att kosttillskott säljs i dagligvaruhandeln.

Nutraceuticals är en marknad som växer med över 10 % per år. Med Christian Bergman varumärket utnyttjar vi den styrka vi redan har i specialhandeln till att bredda sortimentet till ”beauty-produkter” med fokus på ”nutraceuticals”. Det kommer även att lanseras kosmetiska produkter under Christian Bergman varumärket. Dermyn® är ett bra exempel på detta. Nutraceuticals är kort sagt ett kosttillskott för hudens kvalitet. Fördelen med nutraceuticals framför traditionell kosmetika är att kosmetika per definition bara verkar i hudens yttersta lager, däremot kan nutraceuticals tillföra hudens underliggande lager bioaktiva ingredienser och näringsämnen.

Daily Degtox® är en hälsodryck. Smaken är fantastisk och verkligen annorlunda, då kombinationen av olika fruktjuicer och örter är helt unik. Daily Detox är en 100 % naturlig dryck och världens första utrensingsdryck med ett högt innehåll av bioaktiva örtextrakt.

Marknaden för funktionella drycker växer explosionsartat internationellt. New Nordics fördel är expertisen på utvecklingssidan och ört-kunnandet. Dessutom har New Nordic gedigen kunskap vad gäller marknadsföring av produkter som är bra för hälsan. Utmaningen är distributionen som inkluderar ”convenient stores” eller servicebutiker och kiosker, bensinmackar etc. Daily Detox har nu lanserats i Danmark, England, Finland och Polen. I samtliga dessa länder har det anställts en Key Account Manager för att ”driva” försäljning och distribution.



Resultaträkning

(kSEK)	1 april - 30 juni 2007	1 januari - 30 juni 2007	1 januari - 31 december 2006
Nettoomsättning	51 892	96 997	198 215
Kostnad sålda varor	-11 195	-24 618	-56 723
Bruttoresultat	40 697	72 379	141 492
Personalkostnader	-6 900	-13 297	-17 393
Övriga externa kostnader	-30 434	-54 162	-114 944
Jämförelsestörande poster	0	0	-1 379
Rörelseresultat före avskrivningar (EBITDA)	3 363	4 920	7 776
Avskrivningar	-789	-1 549	-2 192
Rörelseresultat (EBIT)	2 574	3 371	5 584
Räntor och övriga finansiella poster	-201	-417	-368
Resultat efter finansiella poster	2 373	2 954	5 216
Periodens skatt	-1 281	-1 709	-3 348
Minoritetsintressens resultatandel	0	0	-791
Periodens resultat	1 092	1 245	1 077
Genomsnittligt antal aktier under perioden	6 195 200	5 927 200	5 659 200
Antal aktier vid periodens slut	6 195 200	6 195 200	5 659 200
Resultat per aktie, SEK	0,18	0,21	0,19
Resultat per aktie EBITDA, SEK	0,54	0,83	1,37

Balansräkning

(kSEK)	1 april - 30 juni 2007	30 juni 2007	31 december 2006
Tilgångar			
ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR			
Immateriella anläggningstillgångar	17 288	17 646	17 011
Materiella anläggningstillgångar	6 179	6 872	5 291
Finansiella anläggningstillgångar	4 366	10 051	3 214
Summa anläggningstillgångar	27 833	34 569	25 516
OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR			
Varulager	30 787	37 620	26 916
Kortfristiga fordringar	24 780	34 065	27 374
Kassa och bank	18 825	8 903	6 135
Summa omsättningstillgångar	74 392	80 588	60 425
SUMMA TILLGÅNGAR	102 225	115 157	85 941
Eget kapital och skulder			
EGET KAPITAL	55 406	56 030	28 185
Avsättningar för skatter	4 760	6 420	5 207
Långfristiga skulder – räntebärande	5 416	5 196	1 898
Kortfristiga skulder – räntebärande	7 676	8 449	8 440
Kortfristiga skulder – icke räntebärande	28 967	39 062	42 211
Summa kortfristiga skulder	36 643	47 511	50 651
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	102 225	115 157	85 941

Förändring i eget kapital

(kSEK) 1 januari - 30 juni 2007	Aktiekapital	Fritt eget kapital	Summa eget kapital
Ingående balans	5 659	22 526	28 185
Nyemission	536	29 480	30 016
Emissionskostnader	0	-3 170	-3 170
Omräkningsdifferens	0	-247	-247
Periodens resultat	0	1 245	1 245
Utgående balans	6 195	49 835	56 030

Kassaflödesanalys

(kSEK)	1 april – 30 juni 2007	1 januari - 30 juni 2007	1. januari - 31 december 2006
DEN LÖPANDE VERKSAMHETEN			
Rörelseresultat	2 574	3 371	5 584
Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet			
Avskrivningar	789	1 549	2 192
Övriga justeringar	-827	-462	-536
	2 536	4 458	7 240
Erhållen ränta	32	43	306
Erlagd ränta	-234	-460	-674
Betald inkomstskatt	-206	-825	-4362
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital	2 128	3 216	2 510
Förändringar i rörelsekapital			
Ökning/minskning av varulager	-7 774	-11 509	-4 285
Ökning/minskning av fordringar	-7 352	-7 131	-9 165
Förändring av kortfristiga skulder	10 963	-4 091	11 794
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-2 035	-19 515	854
INVESTERINGSVERKSAMHETEN			
Förvärv immateriella anläggningstillgångar	-794	-1 438	-10 134
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-1 085	-2 338	-2 601
Förändring långsiktiga fordringar	-5 685	-7 080	-4 046
Kassaflöde från investeringsverksamheten	7 564	-10 856	-16 781
FINANSIERINGSVERKSAMHETEN			
Förändringar långfristiga skulder	-357	3 069	1 350
Nyemission		30 016	15 065
Lämnad utdelning		0	-420
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	-357	33 085	15 995
Förändring av likvida medel	-9 956	2 714	68
Likvida medel vid periodens början	18 825	6 135	6 067
Omräkningsdifferens likvida medel	34	54	0
Likvida medel vid periodens slut	8 903	8 903	6 135

Nyckeltal och definitioner

(kSEK)	1 april - 30 juni 2007	1 januari - 30 juni 2007	1 januari -31 december 2006
Nettoomsättning	51 892	96 997	198 215
Bruttoresultat	40 697	72 379	141 492
Rörelseresultat före avskrivningar (EBITDA)	3 363	4 920	7 776
Rörelseresultat	2 574	3 371	5 584
Resultat efter finansiella poster	2 373	2 954	5 216
Balansomslutning	115 157	115 157	85 941
Avkastning på sysselsatt kapital, %	3,7	4,9	14,6
Avkastning på eget kapital, %	1,9	2,2	6,6
Eget kapital	56 030	56 030	28 185
Soliditet, %	48,7	48,7	32,8
Skuldsättningsgrad	1,06	1,06	2,05
Räntetäckningsgrad, ggr	11,1	7,4	8,7
Investeringar	7 564	10 856	16 781
Kassaflöde från den löpande verksamheten	- 2 035	-19 515	854
Bruttomarginal, %	78,4	74,6	71,4
EBITDA, %	6,5	5,1	3,9
Rörelsemarginal, %	5,0	3,5	2,8
Vinstmarginal, %	4,6	3,0	2,6
Antal anställda, medeltal	56	53	36
Antal anställda, periodens slut	60	60	45
Nettoomsättning per anställd	927	1 830	5 506
Bruttoresultat per anställd	727	1 366	3 930
Resultat per anställd	42	56	145
Genomsnittligt antal aktier under perioden	6 195 200	5 927 200	5 659 200
Antal aktier vid periodens slut	6 195 200	6 195 200	5 659 200
EBITDA per aktie, SEK	0,54	0,83	1,37
Resultat per aktie, SEK	0,18	0,21	0,19
Eget kapital per aktie, SEK	9,04	9,04	4,98
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	-357	33 085	15 995

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.

Året ackumulerat Q22007

(kSEK)	1 januari – 30 juni 2007
Nettoomsättning	96 997
Rörelseresultat före avskrivningar (EBITDA)	4 920
Rörelseresultat (EBIT)	3 271
Resultat efter finansiella poster	2 954

Bruttomarginalen uppgick till 72 379 kSEK vilket motsvarar 74,6 procent. EBITDA uppgick till 5,1 procent strax över årets målsättning på 5 procent. Der bör noteras att EBITDA påverkas i år av stora etableringskostnader på nya marknader.

Immateriella tillgångar

(kSEK)	1 januari – 30 juni 2007
Immateriella tillgångar	17 646

Investeringar i immateriella tillgångar avser främst varumärket BioDrain (6 664 kSEK) och säljrättigheterna till Dermyn (5 012 kSEK) i Sverige, Finland, Baltikum och Vitryssland. Balanserade utvecklingskostnader, avseende etablering på nya produkter på nya marknader, motsvarar 5 485 kSEK och övrigt 485 kSEK.

Finansiell ställning och likviditet

(kSEK)	30 juni 2007
Likvida medel	8 903
Soliditet, %	48,7
Eget kapital	56 030

Koncernens likvida medel uppgick per 30 juni 2007 till 8 903 kSEK och under året har varulagret ökat med 11 509 kSEK och fordringar med 7 352 kSEK då nya produkter har introducerats och nya marknader etablerats. Eget kapital uppgick per den 30 juni till 56 030 kSEK eller 9,04kr per aktie och soliditeten är 48,7%.

Medarbetare

(Antal)	30 juni 2007
Totalt genomsnittligt antal under perioden	53
Totalt antal vid periodens slut	60

Moderbolaget

Moderbolagets nettoomsättning var 2 217 kSEK under första halvåret. Omsättningen är relaterad till dotterbolagens betalning av så kallad "management fee" relaterad till 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. Uppgifter från motsvarande period föregående år kan vi inte presentera då den legala strukturen var annorlunda då. Däremot redovisar vi helåret 2006 som referens.

Kommande rapporttillfällen

Delårsrapport januari – september 2007 22 november 2007

Bokslutskommuniké 2007 28 februari 2008

För ytterligare information kontakta:

Karl Kristian Jensen, VD

kk@newnordic.com

Denna rapport har ej granskats av bolagets revisorer.

Malmö den 16 maj 2007

New Nordic Healthbrands AB

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