

Delårsrapport

Januari–juni 2001

- » Koncernens omsättning ökade med 22 procent till 511,9 (419,1) MSEK.
- » Resultatet före skatt blev 35,9 (20,8) MSEK, en ökning med 73 procent. Valutaeffekter har, jämfört med föregående år, förbättrat resultatet med 6,2 MSEK.
- » Vinst per aktie efter skatt uppgick per 12 mån. till 4,53 (4,46) SEK. Eget kapital per aktie uppgick den 30:e juni till 32,52 (29,39) SEK.
- » Investeringsstakten är lägre än tidigare år. Nettoinvesteringarna uppgick till 25,7 (28,6) MSEK.



Vi är inne i en positiv trend

Under första halvåret 2001 kan vi se en positiv förändring. Försäljningen har tagit fart och marginalerna ökar. Vi är inne i en positiv trend.

Den omställningsprocess mot Key Account Management som HL Display påbörjade för knappt två år sedan fortsätter. Vi ser nu positiva effekter av de åtgärdsprogram som ledningen fastlade under andra kvartalet 2000. Under årets första sex månader ökade koncernens försäljning med 22 procent och rörelseresultatet uppgick till 34,4 (26,5) MSEK, vilket är en ökning med 30 procent.

Fortfarande återstår mycket att göra, men vi känner nu att vi arbetar i medvind.

Den nya strukturen i säljbolagen har drivit på försäljningen och nu börjar vi se effekterna av detta arbete i flera säljbolag. Samtidigt håller hela HL Displays organisation på att trimmas. Bland annat ser vi över våra administrativa rutiner, effektiviserar våra logistiska lösningar och förstärker organisationen med nya nyckelmedarbetare.

Orderingången är fortsatt god och storleken på genomsnittsordern ökar kontinuerligt. Fortfarande är antalet order som hanteras inom HL Display mycket stort och ledtiderna korta, varför effektiv hantering och genomtänkta rutiner är av stor betydelse.

Produktion

Parallellt med omställningen av våra säljorganisationer pågår i våra fabriker ett effektiviserings- och rationaliseringsarbete. Produktionen i de olika fabrikererna renodlas efter tillverkningsmetod och sortimentet ansas. Resultatet av arbetet börjar synas även i form av bättre utfallssiffror.

Fortsatt konsolidering inom detaljhandeln

Konsolideringen på den europeiska detaljhandelsmarknaden fortsätter. Under våren har exempelvis beslutats att dagligvaruverksamheterna i konsumentkooperationerna i Danmark, Norge och Sverige läggs samman i ett gemensamt bolag, Coop Norden AB, som startar sin verksamhet den 1 januari 2002. Den sammanslagna konsumentkooperationen blir därmed Nordens största aktör på dagligvaruområdet med en omsättning på närmare 80 miljarder kronor och över 2 500 butiker och stormarknader. Axfood har slagit ihop sina bolag i en koncern och expanderar nu i Norden genom köp av

Sparbutikerna i Finland och tidigare har nederländska Ahold köpt 50 procent av ICA. Denna konsolideringstrend är tydlig, inte bara i Norden. Samma sak händer på flera håll i Europa när de ledande aktörerna expanderar genom sammanslagningar eller uppköp för att uppnå synergier och skalfördelar. Konsolideringen leder till centralisering av inköp och centralt utvecklade koncept.

För att möta denna förändring har omställningsprocessen av vår försäljningsorganisation varit viktig. Den fortsatta utvecklingen gynnar oss eftersom vi har en väl utbyggd internationell organisation och kan förse kunderna med samma service på flera olika marknader.

Växande kundgrupp

Varumärkesleverantörerna blir en allt viktigare kundgrupp för HL Display. Konkurrensen i butik ökar då butikerna får allt mer makt och varumärkesleverantörerna i än högre grad måste konkurrera med butikernas egna varumärken, s.k. private brands. För varumärkesleverantörerna blir det allt viktigare att få plats och synas i butiken.

Ett varumärke är en individs samlade bild av ett företag eller en produkt. Varumärkesdrivande verksamhet går ut på att skapa tydligare och fler associationer till företagets produkter.

Ett antal förändringar i samhället ökar vikten av starka varumärken. Internationaliseringen går allt snabbare och förändrar konkurrensbilden och köpbeteendet hos konsumenterna. Varumärket blir en symbol för grupptillhörighet. Men det handlar även om att produktlivscyklar blir kortare och att konsumentens lojalitet till en vara eller butik minskar. Som en följd av dessa drivkrafter är företag allt mer intresserade av att positionera och utveckla starka varumärken. HL Display samarbetar idag med de flesta stora varumärkesleverantörerna, såsom Coca Cola, Nestlé, Procter & Gamble och Unilever, i deras profileringsarbete.

Marknad

Den europeiska marknaden utvecklas bra. De flesta säljbolagen i Västeuropa har haft en fortsatt god tillväxt och bolagen i Frankrike, Belgien och Nederländerna, som kommit längst

i anpassningen till att arbeta med koncept och Key Account Management, har också bidragit mest till koncernens försäljningsökning. Utvecklingen i Östeuropa är också positiv och här kan HL Display dra nytta av redan etablerade kontakter då västeuropeiska kedjor fortsätter att etablera sig.

Under maj månad fick vårt venturebolag, HL Trion LLC, en genombrottsorder på den amerikanska marknaden. Lågpriskedjan Dollar General med mer än 5 000 butiker, framför allt i mellersta och sydöstra USA, tecknade avtal om nya hyllsystem och hyllavdelare. Dollar General är en av de snabbast växande kedjorna i USA.

Etableringen på den asiatiska marknaden utvecklas enligt plan och vi har idag grundlagt relationer med de viktigaste kunderna i flera av länderna. Än så länge utgör de utomeuropeiska marknaderna en mycket liten, men växande, andel av den totala faktureringen.

Konjunktur

HL Display påverkas mycket lite av konjunkturvariationer. En betydande del av försäljningen är icke-cyklisk till sin karaktär, då pris- och produktinformation tillhör grundförutsättningarna för en butik. Däremot påverkas HL Display av säsongvariationer, eftersom kunderna huvudsakligen verkar inom samma bransch – detaljhandeln.

Omsättning och resultat

Koncernens omsättning uppgick under perioden januari-juni till 511,9 (419,1) MSEK, en ökning med 22 procent jämfört med motsvarande period 2000.

Cirka 50 procent av omsättningen faktureras i Euro-anknutna valutor. HL Display har under juli månad säkrat merparten av de prognostiserade inflödena i Euro för perioden juli 2001 till januari 2003.

Resultat före skatt för delårsperioden blev 35,9 (20,8) MSEK. Valutaeffekter har, jämfört med föregående år, förbättrat resultatet före skatt med 6,2 MSEK.

PVC-priserna har sjunkit och ligger på lägre nivåer än under förra året, men fortsatt på en historiskt sett hög nivå. Resultatet har påverkats positivt med 3,0 MSEK tack vare

lägre PVC-priser i jämförelse med föregående år.

I jämförelse med föregående år bör även beaktas att HL Display per sex månader 2000 hade erhållit 4,5 MSEK i återbäring från SPP.

Förvärv och avyttringar

Under perioden har inte några förvärv eller avyttringar av bolag genomförts.

Investeringar

År 1998-99 genomfördes större investeringar i samtliga produktionsenheter. Detta möjliggör en lägre investeringstakt än tidigare år. Under perioden uppgick nettoinvesteringar i anläggningstillgångar till 25,7 (28,6) MSEK. Planenliga avskrivningar uppgick till 22,1 (18,7) MSEK.

Finansiell ställning

Likviditeten uppgick den 30 juni 2001 till 21,2 (10,2) MSEK. Soliditeten uppgick till 45,4 (49,2) procent, vid årets ingång 47,6 procent.

Personal

Medelantalet anställda var under perioden 822 (757), vid periodens slut 839 (772).

Utsikter för 2001

Som meddelats i tidigare rapporter förväntas för helåret 2001 en resultatförbättring jämfört med 2000. Vinstmarginalen kommer dock inte att nå det långsiktiga målet på 10 – 15 procent över en konjunkturcykel.

Tillväxtmålet, en genomsnittlig tillväxttakt på minst 20 procent, verkar möjligt att nå i år.

En mer preciserad prognos kommer att lämnas i samband med 9-månadersrapporten.

Stockholm den 16 juli



Anders Remius, VD

KONCERNENS RESULTATRÄKNING I SAMMANDRAG ¹⁾	april-juni 2001	april-juni 2000	jan-juni 2001	jan-juni 2000	jan-dec 2000
TSEK					
Nettoomsättning	271 859	218 639	511 914	419 142	873 921
Kostnad sålda varor/tjänster	-147 075	-122 371	-283 847	-230 214	-494 366
Bruttoresultat	124 784	96 268	228 067	188 928	379 555
Försäljningskostnader	-57 536	-47 408	-112 081	-95 664	-196 190
Administrationskostnader	-34 415	-26 315	-67 772	-55 300	-113 752
Utvecklingskostnader	-7 598	-5 971	-14 518	-13 486	-26 902
Övriga rörelseintäkter/kostnader	784	1 376	659	2 010	5 020
Rörelseresultat	26 019	17 950	34 355	26 488	47 731
Finansiella intäkter och kostnader ²⁾	-345	-2 828	1 515	-5 696	-3 636
Resultat efter finansiella poster	25 674	15 122	35 870	20 792	44 095
Skatt ³⁾	-10 019	-5 112	-13 990	-7 023	-17 348
PERIODENS RESULTAT	15 655	10 010	21 880	13 769	26 747

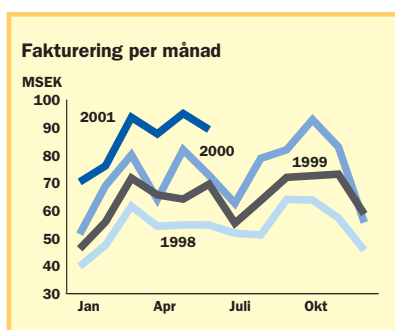
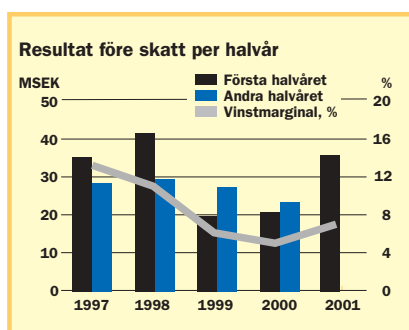
DATA PER AKTIE ^{1, 4)}	april-juni 2001	april-juni 2000	jan-juni 2001	jan-juni 2000	jan-dec 2000
Antal aktier	7 688 872	7 688 872	7 688 872	7 688 872	7 688 872
Vinst per aktie efter full skatt, SEK	2,04	1,30	2,85	1,79	3,48
Vinst per aktie efter schablonskatt, SEK	2,40	1,42	3,36	1,95	4,13
Börskurs vid periodens slut, SEK	109,00	122,50	109,00	122,50	73,00
P/E-tal, 31 dec, ggr	—	—	—	—	20,98
Kassaflöde per aktie, SEK	-0,43	-1,05	-1,30	-1,66	0,99
P/CE-tal, 31 dec, ggr	—	—	—	—	73,74

1) För definitioner av nyckeltal samt redovisningsprinciper, se HL Displays årsredovisning för 2000.

2) Varav omräkningsdifferens 01-06-30, +1,1 00-06-30, -1,0 MSEK, 00-12-31 +0,1 MSEK.

3) Beräknad full skatt.

4) Då inga potentiella stamaktier finns redovisas ej data per aktie efter utspädning.



KONCERNENS BALANSRÄKNING I SAMMANDRAG

TSEK	2001-06-30	2000-06-30	2000-12-31
Immateriella anläggningstillgångar ¹⁾	18 066	19 660	20 371
Materiella anläggningstillgångar	161 329	148 210	155 508
Finansiella anläggningstillgångar	10 489	10 186	10 220
Summa anläggningstillgångar	189 884	178 056	186 099
Varulager	108 577	84 935	99 694
Fodringar	230 981	186 019	184 769
Kassa och bank	21 215	10 156	31 238
Summa omsättningstillgångar	360 773	281 110	315 701
Summa tillgångar	550 657	459 166	501 800
Eget kapital	250 034	225 941	238 919
Avsättningar	16 754	15 093	16 997
Långfristiga skulder	103 378	84 480	93 727
Kortfristiga skulder	180 491	133 652	152 157
Summa eget kapital och skulder	550 657	459 166	501 800

FÖRÄNDRING AV EGET KAPITAL

TSEK	2001-06-30	2000-06-30	2000-12-31
Ingående kapital	238 919	222 168	222 168
Aktieutdelning	-10 765	-9 996	-9 996
Periodens nettoresultat	21 880	13 769	26 747
Utgående kapital	250 034	225 941	238 919

KONCERNENS KASSAFLÖDESANALYS I SAMMANDRAG ²⁾

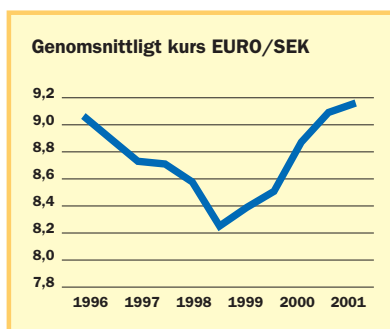
TSEK	april-juni 2001	april-juni 2000	jan-juni 2001	jan-juni 2000	jan-dec 2000
Rörelseresultat	26 019	17 950	34 355	26 488	47 731
Avskrivningar	11 151	9 515	22 072	18 698	40 197
Övriga ej likviditetspåverkande poster	725	1 465	2 389	611	1 090
Erhållen ränta	789	151	2 072	870	1 530
Erlagd ränta	-2 599	-1 973	-4 923	-3 477	-7 550
Betald inkomstskatt	-7 858	-5 878	-13 555	-6 675	-11 471
Förändring av rörelsekapital	-15 925	-2 387	-28 581	-21 216	-20 648
Kassaflöde från den löpande verksamheten	12 302	18 843	13 829	15 299	50 879
Investeringsverksamhet	-11 476	-14 290	-28 029	-29 900	-58 543
Finansieringsverksamhet	-4 152	-12 622	4 177	1 822	15 296
Periodens kassaflöde	-3 326	-8 069	-10 023	-12 799	7 632

1) Varav goodwill per 01-06-30: 5,4 MSEK, 00-06-30: 8,4 MSEK, 00-12-31: 7,0 MSEK.

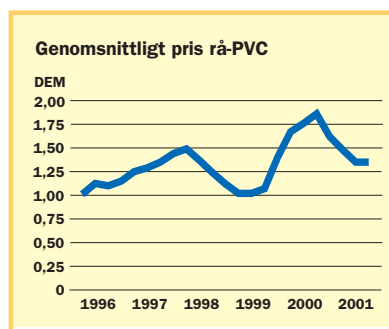
2) Kassaflödesanalyser för april – juni samt januari – juni före kursjustering av monetära poster.

NYCKELTAL DE SENASTE FEM KVARTALEN	Kv 2 2001	Kv 1 2001	Kv 4 2000	Kv 3 2000	Kv 2 2000
Nettoomsättning, TSEK	271 859	240 055	231 445	223 334	218 639
Resultat före skatt, TSEK	25 674	10 196	8 116	15 217	15 122
Antal anställda vid periodens utgång	839	825	805	787	772

NYCKELTAL FÖR KONCERNEN	6 mån jan–juni 2001	6 mån jan–juni 2000	6 mån jan–juni 1999	12 mån juli 2000 – juni 2001	12 mån juli 1999 – juni 2000	12 mån juli 1998 – juni 1999	Helår 2000
Nettoomsättning	511 914	419 142	373 071	966 693	814 522	706 825	873 921
Rörelseresultat	34 355	26 488	25 526	55 598	56 363	53 443	47 731
Resultat före skatt	35 870	20 792	19 753	59 173	48 164	49 219	44 095
Vinstmarginal, %	7,0	5,0	5,3	6,1	5,9	7,0	5,0
Soliditet, %	45,4	49,2	50,5	45,4	49,2	50,5	47,6
Nettoinvesteringar, MSEK	25,7	28,6	33,9	55,2	62,6	61,8	58,1
Räntabilitet på totalt kapital, %	—	—	—	13,3	13,0	14,5	11,0
Räntabilitet på eget kapital efter full skatt	—	—	—	14,6	16,0	15,0	11,6
Eget kapital per aktie, SEK	32,52	29,39	26,23	32,52	29,39	26,23	31,07
Vinst per aktie efter full skatt, SEK	2,85	1,79	1,53	4,53	4,46	3,75	3,48
Vinst per aktie efter schablonskatt, SEK	3,36	1,95	1,85	5,54	4,54	4,61	4,13



Källa: Riksbanken



Källa: Platt's Polymerscan European Polymer Prices

Denna rapport har ej varit föremål för särskild granskning av bolagets revisorer.

Kursutveckling

HL Displays aktie är sedan 1993 noterad på OM Stockholmsbörsen. Sedan börsintroduktionen har aktiens värde ökat 659 procent, från 14,37 kronor (omräknat för emissioner) till 109 kronor den 30 juni 2001. Under samma tid har Affärsvärldens Generalindex gått upp med 202 procent.

Under 2001 har kursen stigit 49 procent. HL Display har under året som gått högst betalats med 111 kronor och som lägst med 58,50 kronor.

Under året har hittills omsatts 546 816 aktier, vilket motsvarar 7 procent av antalet aktier i HL Display. Vid utgången av juni 2001 var HL Displays börsvärde 838 miljoner kronor.

Aktiekapital

Aktiekapitalet uppgick per 30 juni till 38 444 360 SEK fördelat på 7 688 872 aktier, var och en med nominellt värde

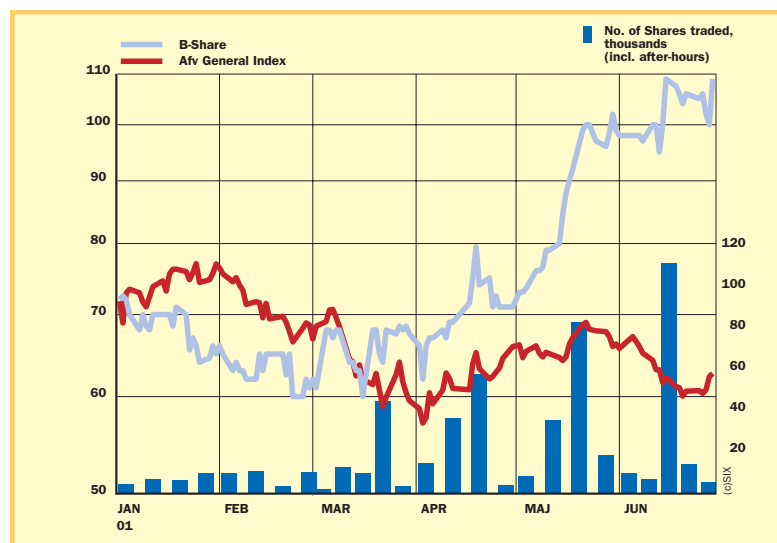
5 SEK. Aktier av serie A har 1 röst och aktier av serie B 1/10 röst. Börsposten uppgår till 100 aktier.

Aktieägare

Antalet aktieägare uppgick per den 30 juni 2001 till 2 941 (3 394). Andelen institutionellt ägande beräknas till 50 (45) procent av kapitalet och andelen utländska ägare uppgår till 1 (2) procent. 79 (81) procent av alla aktieägare i HL Display ägde mindre än 500 aktier vardera. De kapitalmässigt största ägarna var per 30 juni 2001: Familjen Remius 32 procent, Ratos (under övertagande av Atles innehav) 29 procent och Skandia 10 procent.

Utdelningspolitik

HL Displays styrelse har fastslagit att en försiktig utdelningspolitik skall tillämpas under en förväntad tillväxtfas. Utdelningen skall, över tiden, motsvara en femtedel av resultatet efter finansiellt netto och schablonskatt.



HL Display är ett globalt nischföretag i stark tillväxt. Sedan HL Display introducerades på OM Stockholmsbörsen 1993 har omsättningen i snitt ökat med 28 procent per år med en genomsnittlig vinstmarginal på 10 procent. Under 2000 omsatte koncernen 874 MSEK, med drygt 800 anställda.

Marknaden och intresset för varuexponering växer samtidigt som HL Displays kunder expanderar kraftigt. HL Display har fokus på fortsatt tillväxt. Målsättningen är att växa med minst 20 procent om året med i snitt 10 – 15 procents vinstmarginal över en konjunkturcykel.

Ekonomisk information

Månadsrapport 7 månader	15 augusti
Månadsrapport 8 månader	17 september
Delårsrapport 9 månader	16 oktober
Månadsrapport 10 månader	15 november
Månadsrapport 11 månader	17 december



HL Display AB
Horisontvägen 26
128 34 Skarpnäck
Tel 08-683 73 00
Fax 08-683 73 01
www.hl-display.com