

årsredovisning



Innehåll

Kommande rapporter

Delårsrapport, 3 månader
28 april 1997

Bolagsstämma
28 april 1997

Delårsrapport, 6 månader
11 augusti 1997

Delårsrapport, 9 månader
20 oktober 1997

<u>Affärsidé</u>	1
<u>1996 i korthet</u>	1
<u>Bolagsstämma</u>	1
<u>Koncernchefen har ordet</u>	2
<u>In i IT-samhället</u>	5
<u>Effektivare produktion</u>	8
<u>Nya produkter — nya marknader</u>	10
<u>HL Display-aktien</u>	14
<u>Förvaltningsberättelse</u>	16
<u>Förslag till vinstdisposition</u>	18
<u>Resultaträkningar</u>	19
<u>Balansräkningar</u>	20
<u>Kassaflödesanalyser</u>	22
<u>Redovisningsprinciper</u>	23
<u>Definitioner av nyckeltal</u>	24
<u>Noter</u>	25
<u>Revisionsberättelse</u>	28
<u>Koncernens utveckling i sammandrag</u>	29
<u>Styrelse, koncernledning och revisorer</u>	30
<u>Adresser</u>	32

Affärsidé

HL Displays affärsidé är att med hög flexibilitet och med korta leveranstider erbjuda detaljhandeln och dess leverantörer kundanpassade exponeringssystem, som på ett kostnadseffektivt sätt medger bearbetning av och information till slutkunden i köpögonblicket. Denna affärsidé skall HL Display leva upp till med utgångspunkt från:

- lång branscherefarenhet och egna flexibla konstruktions- och tillverkningsresurser,
- erfarenhet av att i nära samarbete med slutkunden tillse att dennes problem löses på ett kostnadseffektivt och designmässigt tilltalande sätt,
- en egen stark internationell distributions- och säljorganisation för att garantera korta leveranstider och effektiv kommunikation i produktutvecklings-/kundanpassningsprocessen.

1996 i korthet

- Försäljningen ökade med 18,7 procent till 353,0 (297,4) MSEK.
- Resultatet före skatt ökade med 140,5 procent till 46,2 (19,2) MSEK.
- Vinst per aktie efter full skatt ökade till 8,40 (2,73) SEK.
- Investeringarna uppgick till 24,5 (27,5) MSEK.
- Nya säljbolag etablerades i Österrike och Tjeckien.
- Förvärv av Qvarnströms Säljstall i Lesjöfors AB.
- Föreslagen utdelning 2,00 (1,25) SEK.
- Föreslagen fondemission 1:1.

HL Displays Bolagsstämma 1997

Ordinarie bolagsstämma äger rum måndagen den 28 april 1997 kl. 16.00 i Industrihuset, Storgatan 19, Stockholm.

Anmälan

Aktieägare, som önskar delta i bolagsstämman skall

dels vara införd i den av Värdepapperscentralen VPC AB förda aktieboken 18 april,

dels anmäla sin avsikt att delta i bolagsstämman till bolaget senast torsdagen den 24 april kl. 12.00. Skriftligen under adress HL Display AB Horisontvägen 26, 128 34 Skarpnäck eller per telefon 08-683 15 30 eller telefax 08-604 92 10. Med denna årsredovisning följer ett svarskort, som kan användas dels för anmälan till bolagsstämman, dels för lämnande av fullmakt.

Förvaltarregistrerade aktier

Aktieägare, som låtit förvaltarregistrera sina aktier, måste i god tid före 18 april, genom förvaltarens försorg tillfälligt inregistrera aktierna i eget namn för att erhålla rätt att delta i stämman.

Ärenden

På stämman upptas ärenden som enligt aktiebolagslagen och bolagsordningen skall förekomma på ordinarie bolagsstämma samt förslag från styrelsen och verkställande direktören att en fondemission 1:1 genomförs med avstämningsdag den 28 maj 1997.

Utdelning

Styrelsen föreslår en utdelning om 2,00 SEK per aktie. Avstämningsdag blir 2 maj 1997. Om bolagsstämman beslutar enligt förslaget, beräknas utdelningen bli utsänd av VPC den 12 maj 1997.

Koncernchefen har ordet

Under 1996 ökade HL Display försäljningen inom samtliga produktgrupper. Men för första gången i vår historia är hyllkantlister inte den av våra produkter som växer snabbast. I kronor och procent räknat steg Optimal mest under 1996. Optimal är ett varuexponeringssystem som gör att butikshyllorna alltid ser välfyllda ut.

Det är intressant därför att Optimal ingår i vårt nya affärskoncept Merchandising System. Det omfattar kompletta system för att exponera varorna i butiken och därmed öka försäljningen. Inom Merchandising är vår marknadsandel ganska blygsam, vilket gör våra möjligheter att växa betydande.

Med detta koncept ökar vi penetreringen av en intressant kundgrupp: varumärkesproducenterna. Därmed kan vi vidga vår potentiella marknad ytterligare. Här har framför allt våra dotterbolag i Frankrike, Sverige och de forna öststaterna varit framgångsrika under 1996. Gradvis kommer vi att satsa allt större resurser inom detta segment på samtliga marknader.

Framgångarna med Optimal är också intressant därför att det visar att vi är ett företag som inte bara tillverkar och säljer hyllkantlister. I dag står andra produkter för nästan hälften av vår omsättning.

Våra kunder tjänar mer pengar

Vår produkt är dock varken hyllkantlister eller avdelare. Vad vi säljer är system som gör att våra kunder — affärer, butikskedjor och varumärkesleverantörer — tjänar mer pengar. Det är vår affärsidé.

Ända in på slutet av 70-talet var det många som inte förstod de verkliga fördelarna med hyllkantsmärkning i butikerna, och därmed med våra lister. Det var först när vi visade att exempelvis Alcro Färg med hjälp av våra produkter kunde öppna ytterligare två butiker med samma kapitalbindning som tidigare krävdes för en enda, som kunderna på allvar blev intresserade.

I dag har vi mer än hälften av europamarknaden och cirka 95 procent av den svenska marknaden för hyllkantlister. Behovet av lister är stort, även på mogna marknader. Affärskedjorna blir alltmer internationella, butiker köps upp i en allt snabbare takt och de nya ägarna profilerar sig bland annat med nya inredningar och därmed nya hyllkantlister.

Självklart skall vi fortsätta att tillverka hyllkantlister — och fortsätta att vara bäst på det. Framtiden är ljus, också med tanke på vårt samarbete med producenter av elektroniska

”Vi säljer system som gör att våra kunder tjänar mer pengar — det är vår affärsidé”, säger Anders Remius, koncernchef.



prismärkningssystem. Men vi nöjer oss inte med det, utan fortsätter att utveckla vår egentliga affärsidé. Optimal är ett resultat av det. Det är en produkt vi är stolta över — den är snygg, den skapar ordning och reda i affärernas hyllor. Men det är inte huvudsaken. Huvudsaken är att kunden kan sälja mer tack vare Optimal. Att detta har trängt igenom på flera av våra marknader är det viktigaste som hänt HL Display under 1996.

Rationaliserad produktion

Men det är långt ifrån det enda som skett. Det projekt som 1995 drogs igång för att rationalisera produktionen av hyllkantslister i Sundsvallsfabriken har varit mycket framgångsrikt. Ett av målen var att förbättra leveranssäkerheten och öka utbytena — den effektiva produktionstiden i maskinerna — från 72 procent som lägst, till 86 procent. För 1996 låg medelvärdet på 89 procent och det fortsätter att öka. Vi har också slagit en rad av våra egna rekord i tillverkningsvolym, effektivitet och leveranssäkerhet. Detta till stor del tack vare helhjärtade insatser från personalen i Sundsvall.

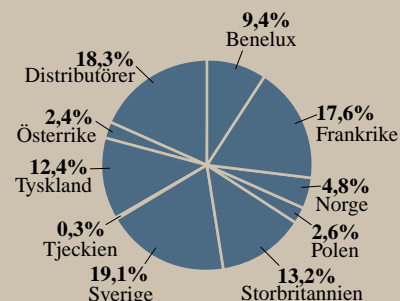
Under året drog vi igång ett liknande projekt i Falun, kallat Falun — Europa. Målet är att göra enheten i Falun till den bästa leverantören inom sitt produktområde i Europa. Mottot är att varje leverans skall vara en rekommendation till en ny order. I Falun har vi investerat i lokaler och nya produktionslinjer för screentryck och vakuumformning.

Ett annat projekt som är mycket viktigt för oss är logistikprojektet. Syftet är att förbättra och förenkla hanteringen av alla led från order via tillverkning till leverans med hjälp av datoriserade styrsystem. Även här har vi nått långt. Vårt mål är att kunderna själva knappar in sina order på datorn. Via datoröverföring går ordern direkt in i produktionssystemet i Sundsvall, som kontrollerar att alla resurser för att utföra ordern finns tillgängliga: råmaterial, verktyg, maskintid och transporter. Därmed prissätts ordern och ett leveransdatum ges. Detta bekräftas till kunden. Redan i dag lägger flera av våra säljbolag order till fabriken via EDI. Det här är ett mycket spännande projekt som beskrivs utförligt på annan plats i årsredovisningen.

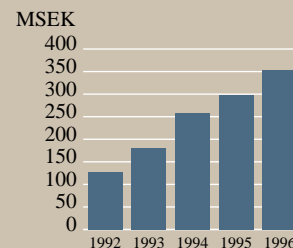
I början av året startade vi ett joint venture i USA tillsammans med Trion Industries Inc. — USAs ledande tillverkare av metallspjut för hängande exponering av varor. Det gemensamt ägda företaget skall tillverka våra produkter, i första hand hyllkantslister, som marknadsförs av Trion på USA-marknaden.

Två extrudrar finns på plats i Wilkes-Barre, Pennsylvania, och de första provordrarna började produceras i januari 1997 under ledning av personal från vår Sundsvallsfabrik.

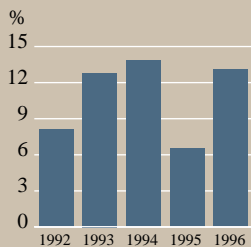
Omsättning per marknad



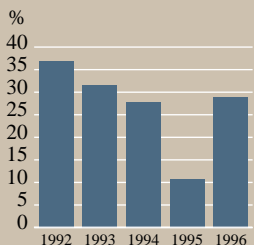
Omsättningsutveckling



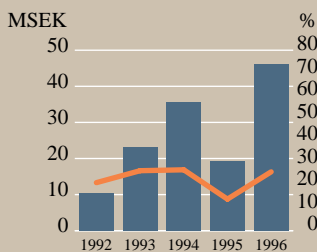
Vinstmarginal



Räntabilitet på eget kapital



Resultat före skatt och Räntabilitet på totalt kapital



I augusti förvärvade vi 60 procent av aktierna i Qvarnströms Säljstall i Lesjöfors, som tillverkar produkter i metall och tråd. Den viktigaste anledningen till köpet är att få tillgång till metallkompetens i företagsgruppen, dels därför att vissa av våra kunder vill ha displayprodukter i metall, dels med tanke på att Qvarnströms kan tillverka Trions metallspjut för europamarknaden.

Under 1996 startade vi två nya säljbolag i Europa, HL Display Österreich GmbH och HL Display Česká republika s.r.o. i Tjeckien. Det österrikiska dotterbolaget som satte igång den första januari, fick en flygande start och har genererat vinst från början. I Tjeckien där vi startade i april gick det trögare, men i slutet på året har orderna börjat strömma in.

Samtliga våra övriga dotterbolag ökade sin omsättning och gjorde goda resultat under 1996. Exporten står för mer än 80 procent av gruppens totala försäljning.

Vi är på rätt spår

Sammanfattningsvis var 1996 ett bra år för HL Display. Resultatet före skatt uppgick till 46,2 MSEK. Det motsvarar en vinstmarginal på 13,1 procent och en avkastning på eget kapital på 28,1 procent. 1995 uppgick resultatet före skatt till 19,2 MSEK, 1994 till 35,6 MSEK.

Under 1996 ökade försäljningen med 18,7 procent till 353,0 MSEK. I det sammanhanget bör nämnas att vi från och med januari 1996 inte längre terminssäkrar våra valutainflöden. Tidigare skedde det med tolv månaders framförhållning. Vi bedömde i januari 1996 att kronan nått sin toppnotering. I dag vet vi att vi var för tidigt ute, eftersom kronan stärktes ytterligare under året för att nå 1996 års höjdpunkt mot de flesta valutor i oktober. Till följd av den stärkta kronan har omsättningen påverkats negativt med 5,7 procent, eller 21,5 MSEK, jämfört med 1995.

Vi betraktar årets resultat som bra, utan att vara lysande. Det motsvarar den vinstmarginal vi upprätthållit de senaste åren, 1995 undantaget då vi drabbades av svåra produktionsstörningar. Därmed har vi visat att vi är på rätt spår, men åtskilligt återstår att göra.

Stockholm i mars 1997

Anders Remius

In i IT-samhället

De senaste åren har HL Display lagt ner stora resurser på att förbättra logistiken — det vill säga material- och informationsflödet i alla led från säljare och orderhantering via planering och produktion till leverans. Bakgrunden är delvis att företaget växt extremt snabbt under hela 90-talet — sedan 1991 har omsättningen fyrdubblats.

Dessutom har kundanpassning med ett kraftigt utökat sortiment lett till att antalet order ökat starkt medan storleken på varje enskild order minskat. Avdelningen för orderhantering, liksom produktionsplaneringen i Sundsvallsfabriken blev allt hårdare belastade, men också själva produktionen fick problem. Tätare verktygs- och färgbyten i extrudrarna skapade långa ställtider. Behovet växte av system som både kunde hantera det ökade orderflödet på ett rationellt sätt och bidra till en effektivare produktion.

Snabb information

1993 anställdes Kenneth Löfgren, som IT-chef. Hans första åtgärd var att bygga upp ett datanätverk i företaget för att göra det möjligt att sprida information snabbt.

Efter ingående studier av HL Displays affärs- och verksamhetsprocesser kom man fram till en serie åtgärder för att på allvar komma till rätta med problemen.

”Genom att gå igenom den senaste tidens order kunde vi enkelt konstatera utvecklingen mot fler men mindre beställningar”, berättar Kenneth Löfgren.

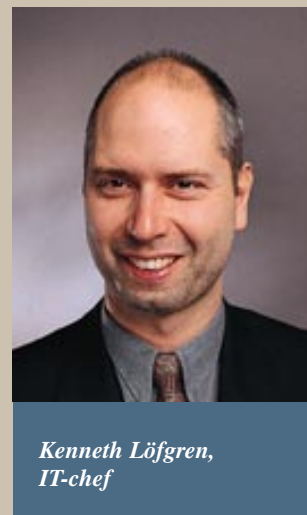
De första åtgärderna var ganska enkla. Man lät försäljningsbolagen runt om i Europa öka sina lager så det mest sålda sortimentet räckte tre till fyra veckor. Det gav två fördelar: kunderna fick kortare leveranstid på dessa standardprodukter och produktionen i Sundsvall kunde tillverka dem i längre serier.

Vissa säljbolag utrustades också med kapmaskiner så de själva kunde effektuera order när det gällde speciallängder på standardprofiler.

”Nästa steg var att förmå säljbolagen att samla sina order till större beställningar och välja mer standardiserade produkter”, förklarar Kenneth Löfgren. ”I början gick det trögt men under 1996 nådde vi framgångar. Det resulterade trots allt också i snabbare leveranser för dem.”

Sedan kom turen till IT-systemen.

”Vår vision är att automatisera stora delar av flödet”, berättar Kenneth Löfgren. ”Samtliga moment skall bara utföras en gång, allt



*Kenneth Löfgren,
IT-chef*

dubbelarbete skall bort utan att kontrollen blir sämre.”

Men en helt automatiserad produktion blir aldrig verklighet — och det är inte heller önskvärt.

”Man kan aldrig ersätta skickliga yrkesmän med datorer. Systemen skall vara ett verktyg för att hjälpa personalen att göra ett effektivare jobb och avlasta dem en hel del tråkigt rutinarbete — inte mer.”

Order via EDI

Här har man kommit en bra bit på väg. Fem av HL Displays nio säljbolag sänder i dag sina order via EDI — Electronic Data Interchange — till HL Displays huvudkontor i Skarpnäck utanför Stockholm.

Här finns prisuppgifter och andra villkor. Datorn kontrollerar att allt stämmer.

När det är klart skickas den vidare in i planeringssystemet Finplan i Sundsvall. Finplan kontrollerar vilka resurser i form av maskiner och verktyg som krävs för att utföra ordern. Därefter sorteras orderna i grupper efter form och färg. Grupperna tilldelas de maskiner som passar bäst för att producera respektive profil. Systemet optimerar också produktionsordningen så att antal byten av till exempel verktyg, längd och färg blir så få som möjligt.

Nu görs tester med att rationalisera orderhanteringen ytterligare. Från två av säljbolagen — det norska och det belgiska — går order direkt

in i ett försystem till Finplan i Sundsvall. Efter kontroll av orderstock och transportdagar, får ordern en leveranstid och orderbekräftelsen returneras till säljbolaget.

”På så vis kan vi minska den tid det tar från att orderna når oss till att den har fått en körtid i produktionen till 15 minuter.”

I samråd med personalen utvecklades också effektivare rutiner för verktygs- och färgbyten.

”Sammantaget ledde detta till att produktionsutnyttandet förbättrades med tolv procent och leveranssäkerheten ökade från 92 till 97 procent”, berättar Kenneth Löfgren.

Dessutom har kontrollen över produktionen förbättrats. Hittills har maskinskötarna på varje skift lämnat skriftliga rapporter över hur produktionen löper. Nu provkör man ett nytt system där de rapporterar direkt in i ett datasystem vilken order de arbetar med och hur produktionen går.



Veronique Flores på HL Display France S.A. i Saint Avertin sänder sina order från Frankrike direkt till produktionsplaneringen via EDI.

Arne Josefsson, på HL Displays fabrik i Sundsvall, matar in körvärden från extrudern i datasystemet.



”Målsättningen är att vi i varje ögonblick skall veta exakt hur vi ligger till”, förklarar Kenneth Löfgren. ”Personalen har också engagerat sig djupt i dessa projekt och höjt sin kompetens väsentligt. Vi har fortfarande långt kvar, men har kommit en bra bit på väg.”

Inom utleverans byggs nu ett eget system där varje pall med färdiga produkter identifieras med en streckkod. Streckkoden innehåller information om vikt,

volym och vilka leveranser som finns på pallen. Med hjälp av denna information skall man dels boka frakterna, dels i detalj kunna följa varje sändning från Sundsvall via brytlagret i Göteborg vidare till kunden. Här har samarbete med flera speditörer inletts, men systemet är ännu inte klart.

Helhetsgrepp

”De framgångar vi nått bygger på att vi lyckats skapa bra och väl fungerande system som sköts av kompetent personal. Vad vi nu måste göra är att ta ett helhetsgrepp över företaget”, säger Kenneth Löfgren. ”Vi har kommit långt i Sundsvall och skall nu börja med övriga fabriker.”

Men där bygger produktionen på till stor del manuella och skräddarsydda lösningar som offereras kunderna och inte standardprodukter som i Sundsvall. Det ställer helt andra krav på datorsystemen.

”Vad som är mest glädjande i dessa projekt är just det engagemang och beredskap att lära sig som personalen visar”, förklarar Kenneth Löfgren. ”Så finns det heller ingen oro för att de rationaliseringar som den nya tekniken inneburit skall leda till att folk sägs upp. HL Display växer så kraftigt att det hela tiden finns nya arbetsuppgifter för personalen.”

Ett projekt pågår också under 1997 för att presentera HL Display på Internet. Längre fram kommer produktkatalogen läggas in här och göra det möjligt att ta emot order via nätet.

Effektivare produktion



Hans Olsson,
VD, HL Display
production AB.

I Sundsvall tillverkas hyllkantslisterna som än så länge är HL Displays huvudprodukt. Under 1996 extruderades 30 miljoner meter hyllkantslister i fabriken. I en annan hall produceras formsprutade krokar, spjut och avdelare i plast — detaljer i de system för varuexponering som utgör en allt viktigare del av HL Displays sortiment.

Maskinerna går i femskift, dygnet runt, sju dagar i veckan. Ställtiderna är mycket korta i dag — maskinerna står stilla i snitt en timme av tio för justering, byte av färg och verktyg. För knappt två år sedan var situationen en annan. I mitten av 1995 var utbytet — den tid maskinerna är i gång och producerar hyllkantslister — nere i 72 procent som lägst. Det innebar att de stod stilla mer än en timme av fyra. HL Displays affärsstrategi att erbjuda kundanpassade produkter med kort leveranstid förutsätter korta ställtider.

Kundanpassad strategi

”Vi kan leverera 250 olika modeller av hyllkantslister i 180 olika färger och i valfria längder”, berättar Hans Olsson, ansvarig för produktionen på HL Display och chef för Sundsvallsfabriken. ”Vi erbjuder lister som passar de flesta förekommande behov — oavsett marknad. Dessutom åtar vi oss att producera inom högst en vecka. Allt tillverkas mot kundorder, vi har alltså inga lister på lager.” Resultatet av denna kundanpassade strategi var ett ständigt ökande antal order, men att volymen på varje enskild order minskade.

Fler modeller av lister och färger och kortare serier krävde tätare byten av färg och verktyg i extrudrarna. Ställtiderna för byten, service och underhåll växte.

”När vi insåg vart utvecklingen var på väg satte vi snabbt in ett antal åtgärder”, förklarar Hans Olsson. ”Men i stället för att minska servicen till våra kunder genom att dra ner på vårt sortiment, valde vi att effektivisera produktionssystemet.”

HL Displays hyllkantslister finns att få i 250 olika modeller och 180 färger. I Sundsvallsfabriken produceras varje år 30 miljoner meter lister.





Trots att antalet modeller ökat kraftigt och varje produkt blir alltmer komplicerad har ställtiderna i Sundsvallsfabriken minskat med mer än 60 procent sedan 1995.

Effektiviseringsprojekt

Orderhantering och produktionsplanering förbättrades med hjälp av modern datateknik (se logistikavsnittet) och i Sundsvallsfabriken startade ”Projekt 86 procent” hösten -95. Målet var att öka utbytet till 86 procent före årets slut. Kommunikationen med säljbolagen förbättrades och varje marknad kartlades utifrån köpstruktur. Säljbolagen ökade sina lager av de mest frekventa varorna för att minska antalet ordrar och öka volymen på var och en. Ledningen både i Stockholm och från fabriken i Sundsvall var med de olika skiftlagen och diskuterade förändringar och förbättringar.

Alla verktyg och produkter kartlades ur utbytessynpunkt och en plan slogs fast i syfte att förfina och utveckla dessa. Ett arbete som även det väl bidragit till den gynsamma utvecklingen.

”Det huvudelen av alla åtgärder syftade till var att ge de anställda på fabriken både större ansvar och större befogenheter — att engagera dem djupare i sitt arbete,” förklarar Hans Olsson.

”I dag kan vi konstatera att vi varit mycket framgångsrika”, säger Hans Olsson. ”Under 1996 låg utbytet i snitt på 89 procent — en procent över det nya målet. Och leveranssäkerheten har ökat från 92 till 97 procent.”

Men förändrings- och förbättringsarbetet fortsätter.

”För 1997 är målet 90 procents utbyte — trots att produkterna blir allt mer komplicerade. Det klarar vi”, slår Hans Olsson fast med övertygelse.

Nya produkter — nya marknader



*Alistair Burke,
marknadschef*

HL Display Benelux N.V.
VD Leo van Hoek
Etableringsår 1987
Antal anställda 12

HL Display Česká republika s.r.o
VD Petr Sindelář
Etableringsår 1996
Antal anställda 2

HL Display Deutschland GmbH
VD Walter Decker
Etableringsår 1990
Antal anställda 13

HL Display France S.A.
VD Gerard Dubuy
Etableringsår 1991
Antal anställda 25

HL Display Norge A/S
VD Peder Staubo
Etableringsår 1990
Antal anställda 10

HL Display Polska Sp.z o.o.
VD Anders Kollenstam
Etableringsår 1994
Antal anställda 6

HL Display Sverige AB
VD Robert Rönklint
Etableringsår 1989
Antal anställda 21

HL Display (UK) Ltd.
VD Alistair Burke t.f. VD
Etableringsår 1987
Antal anställda 18

HL Display Österreich GmbH
VD Günter Bucher
Etableringsår 1996
Antal anställda 4

Datalister för butikshyllor är sedan många år HL Displays viktigaste produkt. Här har företaget en dominerande ställning i de flesta europeiska länder — HL Displays marknadsandel i Sverige ligger på cirka 95 procent och på 55 procent i Europa.

HL Display har på senare år lagt ner stora ansträngningar på att vidga sin marknad. Det sker huvudsakligen på två sätt:

- Satsningar på nya geografiska marknader som Östeuropa och samarbetet med Trion Industries Inc. i USA.
- Utveckling av nya produkter.

Genom att utveckla kompletta system för att exponera varorna i butikerna, så kallade Merchandising System, har HL Display dels fått fler produkter att erbjuda sina befintliga kunder, dels produkter som vänder sig till nya kundkategorier, i första hand varumärkesproducenter. Företaget har varit mycket lyckosamt i sin satsning på Merchandising Systems. Produktgruppen Optimal, basen i många av dessa koncept, växer snabbast av alla i företagets sortiment.

Optimal, ett system för att exponera varorna i butikshyllorna på ett slagkraftigt sätt, är den produktgrupp som växer snabbast av alla i HL Displays sortiment.



God tillväxtpotential

Trots den snabba tillväxten är HL Displays marknadsandel i Europa inom Merchandising System blygsam. Tillväxtpotentialen är därför mycket god.

HL Displays försäljning sker genom lokala försäljningsbolag eller distributörer nära kunden på respektive marknad medan produktionen hittills har koncentrerats till några få fabriker i Sverige:



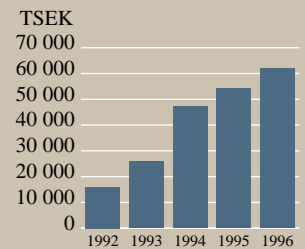
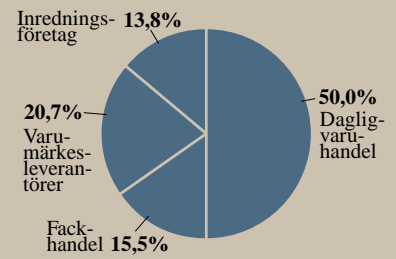
I Sundsvall tillverkas hyllkantslister och formsprutade plastdetaljer. I Falun tillverkas screentryckta, varmbockade och vakuumformade produkter som framför allt riktar sig till varumärkesleverantörerna. HL Qvarnström i Lesjöfors, som HL Display förvärvade i augusti 1996, tillverkar displayprodukter i metall och tråd.

Växande volymer och nya marknader har dock gjort att HL Display överväger att starta produktion på fler platser.

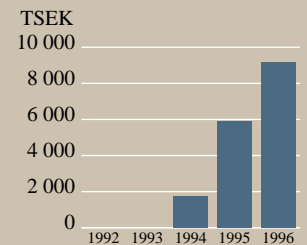
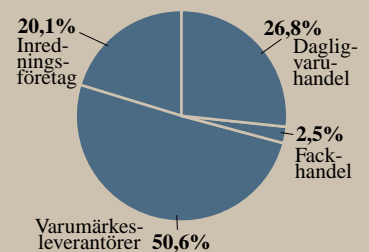
Det har redan skett i USA. På den amerikanska marknaden har systemet med hyllkantslister ännu inte slagit igenom. Man använder sig av enklare och mindre rationella metoder med klisterlappar på hyllkanterna. HL Display har tidigare gjort försök att ta sig in på USA-marknaden med hjälp av ett eget säljbolag, men med begränsad framgång. 1996 beslöt man sig för att byta strategi. I början av året tecknades ett avtal om ett joint venture med Trion Industries Inc. i Wilkes-Barre, Pennsylvania. Trion är USAs ledande tillverkare av metallspjut för hängande exponering av varor. Företaget är ungefär lika stort som HL Display och har mycket goda kontakter på den amerikanska marknaden med samma kundkategorier som HL Display vänder sig till. Avtalet innebar att ett gemensamt bolag för att producera hyllkantslister bildades, medan Trion står för marknadsföring och försäljning. Två extruderingslinjer togs i bruk i början av året och de första orderarna har producerats.

Det beräknas ta tid innan systemet med hyllkantslister i plast slår igenom i USA och satsningen skall betraktas som ett långsiktigt projekt. HL Displays investering är förhållandevis blygsam. Men tack vare samarbetet med Trion har HL Display kontakt med alla större kunder på USA-marknaden.

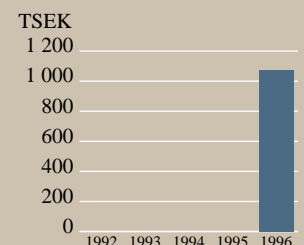
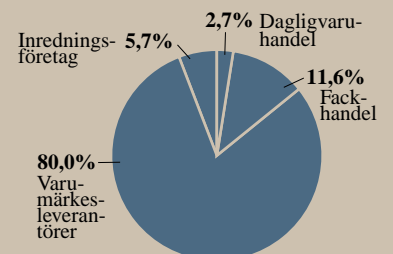
Omsättning i Frankrike



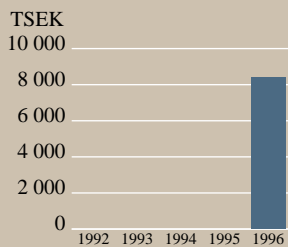
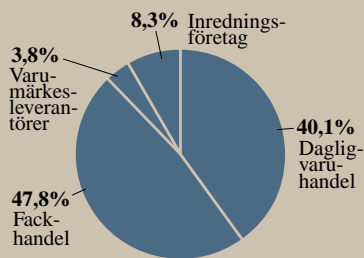
Omsättning i Polen



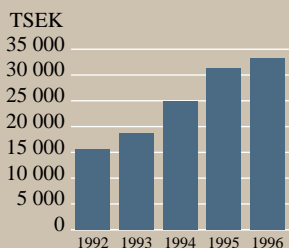
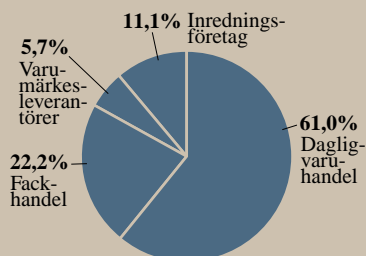
Omsättning i Tjeckien



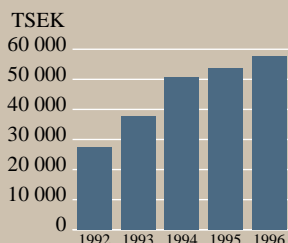
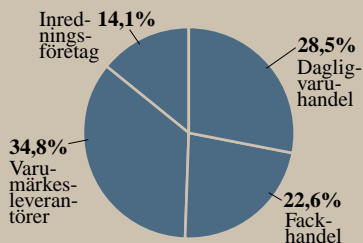
Omsättning i Österrike



Omsättning i Benelux



Omsättning i Sverige



Den andra delen av avtalet med Trion innebär att HL Display skall tillverka och marknadsföra Trions metallspjut på europamarknaden. Detta var en av avsikterna med köpet av Qvarnströms Säljstall i Lesjöfors. Den metallkompetens som finns i företaget gör dem väl lämpade att tillverka Trions produkter.

Marknader

En intensiv satsning på HL Displays nyaste kundgrupp — varumärkesproducenterna — har kännetecknat arbetet i de flesta av företagets försäljningsbolag under 1996. Mest framgångsrikt i det avseende har det franska dotterbolaget varit. Försäljningen ökade med 15 procent till 62,1 MSEK. Medan basprodukter som hyllkantslister utvecklats blygsamt, bland annat på grund av den franska regeringens restriktioner mot nyöppning av stormarknader, står Merchandising Systems för nästan hela tillväxten under 1996.

I Polen är varumärkesleverantörer den helt dominerande kundgruppen. Det polska försäljningsbolaget ökade sin omsättning med 55 procent till 9,2 MSEK.

Under året startades ett nytt säljbolag i Tjeckien; HL Display Česká republika s.r.o. Verksamheten tog sig mot slutet av året efter en långsam start. Även här är varumärkesleverantörerna den största kundgruppen.

Också i Österrike startades ett säljbolag 1996. Verksamheten gick mycket bra redan från början och omsatte totalt 8,4 MSEK under året.

HL Display Benelux N.V. ökade sin försäljning med 6 procent till 33,3 MSEK och blev HL Displays mest lönsamma dotterbolag under 1996. Ökningen skedde dock inom det traditionella sortimentet, men nu inleds en hårdare satsning på varumärkesleverantörer.

Sverige är den mest mogna av HL Displays marknader och visar en ganska måttlig tillväxt inom det traditionella sortimentet. Men redan 1995 blev varumärkesleverantörerna den största kundgruppen här — en utveckling som accentuerades under 1996. Potentialen inom det marknadssegmentet är mycket stor, vilket ger förväntningar inför framtiden. Omsättningen ökade med 8 procent 1996 till 57,6 MSEK.

HL Displays norska försäljningsbolag utvecklades sämre än förväntat, framför allt bland varumärkesleverantörer. Försäljningen steg med 10 procent till 17,1 MSEK.

Satsar på varumärkesleverantörer

På den brittiska marknaden har HL Display främst de stora affärskedjorna som kunder. I ett gemensamt projekt med ASDA sköter HL Display hela butikskedjans försörjning av exponeringshjälpmedel. Projektet har utvecklats mycket väl.

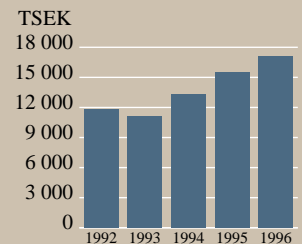
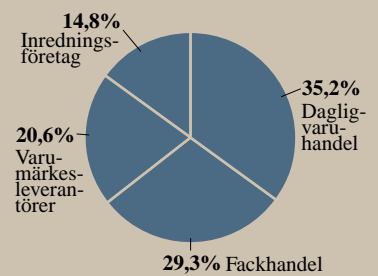
Totalt sett växte försäljningen i Storbritannien bra, omsättningen för 1996 stannade på 46,5 MSEK mot 41,2 MSEK året innan. Nu har en kraftig satsning på varumärkesleverantörer inletts även här. Under året flyttades försäljningsbolagets kontor från London till Hull.

Tyskland är den marknad där HL Display möter hårdast konkurrens. Här är också Merchandising Systems ett väl etablerat begrepp. Trots att HL Displays tillväxt varit god på den tyska marknaden — omsättningen steg med 18 procent till 43,9 MSEK under 1996 — motsvarar ökningen inte förväntningarna.

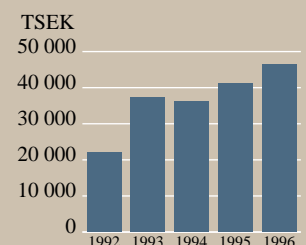
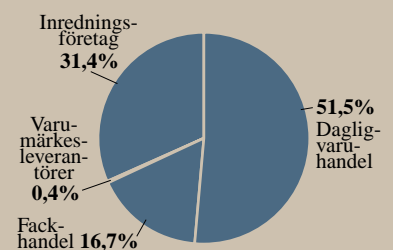


Merchandising System hjälper leverantörerna att bygga upp sina varumärken genom exponeringen i butikerna. Här tyska Fisch-Sera Werke Heimtierbedarf.

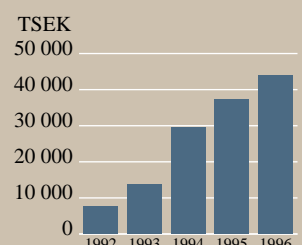
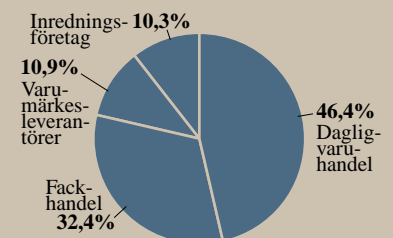
Omsättning i Norge



Omsättning i Storbritannien



Omsättning i Tyskland

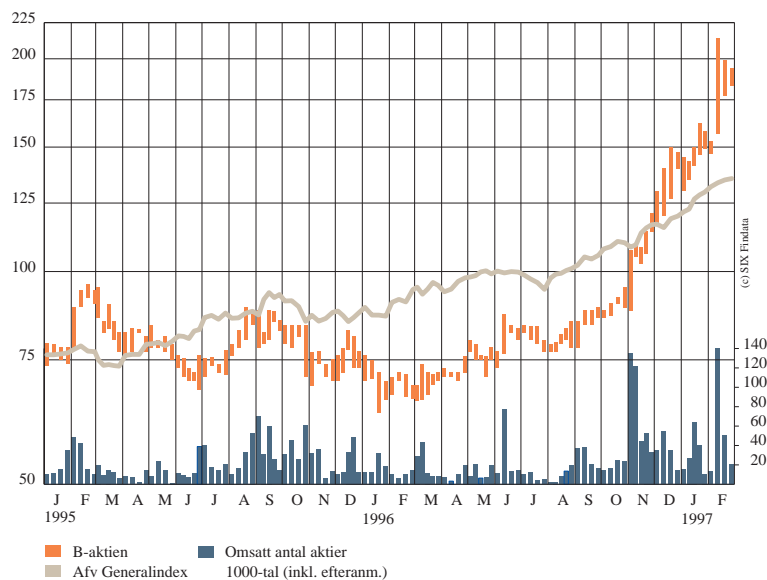


HL Display-aktien

Tabell 1

Ägarstruktur den 31 december 1996

Antal aktier	Antal aktie-ägare	Antal aktier	% av antal aktier
1-500	1 813	299 992	7,80
501-2 000	286	319 685	8,32
2 001-10 000	50	196 047	5,10
10 001-50 000	10	281 308	7,32
50 001-100 000	1	54 000	1,40
>100 000	7	2 693 404	70,06
Totalt	2 167	3 844 436	100,00



HL Display ABs aktiekapital uppgick per 31 december 1996 till 19 222 180 SEK fördelat på 3 844 436 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.

Antalet aktieägare uppgick per den 31 december 1996 till 2 167 (2 377). Andelen institutionellt ägande beräknas till 30,1 (29,8) procent av kapitalet. Aktieägarstrukturen framgår av tabell 1 och de största ägarna av tabell 2 på nästa sida.

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. Styrelsen föreslår att utdelningen höjs till 2,00 SEK per aktie.

Emissioner

Aktiekapitalets utveckling sedan 1986 framgår av tabell 3 på nästa sida. Styrelsen föreslår att aktiekapitalet utökas medelst fondemission genom ianspråktagande av reservfond samt fria medel. För varje aktie i bolaget föreslås att en ny aktie utges. Föreslagen avstämningsdag för fondemissionen är 28 maj 1997.

Aktiens kursutveckling och omsättning

HL Display-aktiens börskurs var den 31 december 1996 140,00 SEK, det vill säga en uppgång med 92 procent jämfört med 31 december 1995. Jämfört med introduktionskursen i december 1993 har kursökningen varit 387 procent. Börsvärdet per den 31 december var 538 221 TSEK. Under året omsattes totalt 1 242 571 aktier, i genomsnitt 4 950 aktier per börsdag, till ett värde av 116,1 MSEK. Övriga data per aktie framgår av tabell 4. Aktiens kursutveckling och omsättning framgår av diagrammet ovan.

Tabell 2

Största aktieinnehav 31 dec 1996	Antal A-aktier	Antal B-aktier	Totalt antal aktier	Andel kapital, %	Antal röster	Andel röster, %
Familjen Remius	401 904	786 759	1 188 663	30,9	480 580	60,4
Atle AB	0	566 121	566 121	14,7	56 612	7,1
Partnerinvest						
Kapital AB	54 608	486 356	540 964	14,1	103 244	13,0
Skandia Investment AB	0	397 656	397 656	10,3	39 765	5,0
Familjen Lars Jonsson	0	76 508	76 508	2,0	7 651	1,0
Föreningsbankens						
Småbolagsfond	0	54 000	54 000	1,4	5 400	0,7
Richard Moser	0	42 000	42 000	1,1	4 200	0,5
Göran Källebo	0	40 800	40 800	1,1	4 080	0,5
Didner och Gerge						
Aktiefond	0	40 000	40 000	1,0	4 000	0,5
Övriga	0	897 724	897 724	23,4	89 772	11,3
Totalt	456 512	3 387 924	3 844 436	100,0	795 304	100,0

Tabell 3

Aktiekapitalets utveckling	Totalt aktiekapital	Antal A-aktier	Antal B-aktier	Totalt antal aktier	Nom. belopp
1986	50 000	500	0	500	100
1987 Nyemission ¹⁾	800 000	8 000	0	8 000	100
1988 Split 10:1	800 000	80 000	0	80 000	10
1992 Fondemission	2 400 000	240 000	0	240 000	10
1992 Nyemission ²⁾	3 045 000	304 500	0	304 500	10
1993 Omstämpling	3 045 000	150 545	153 955	304 500	10
1993 Split 2:1	3 045 000	301 090	307 910	609 000	5
1993 Omstämpling	3 045 000	114 128	494 872	609 000	5
1993 Konvertering ³⁾	3 718 590	114 128	629 590	743 718	5
1993 Nyemission ⁴⁾	4 805 545	114 128	846 981	961 109	5
1994 Fondemission 3:1	19 222 180	456 512	3 387 924	3 844 436	5
1997 Fondemission 1:1 ⁵⁾	38 444 360	913 024	6 775 848	7 688 872	5

¹⁾ Kurs 100 SEK. ²⁾ Kurs 46,67 SEK. ³⁾ 1 500 000 SEK till en kurs 41,65 SEK och 2 467 000 SEK. ⁴⁾ Kurs 115 SEK.

⁵⁾ Enligt styrelsens förslag.

Tabell 4

Data per aktie	1996	1995	1994	1993	1992
Vinst per aktie efter full skatt, SEK	8,40	2,73	6,18	4,29	3,10
Vinst per aktie efter schablonskatt, SEK	8,65	3,60	6,66	4,21	2,54
Utdelning, SEK ¹⁾	2,00	1,25	1,25	0,75	–
Utdelning, % av vinst efter full skatt	23,8	45,8	20,2	17,5	–
Börskurs 31 december, SEK	140,00	73,00	73,00	43,50	–
Eget kapital per aktie, SEK	33,48	26,33	24,85	19,42	11,25
Direktavkastning, %	1,4	1,7	1,7	1,7	–
P/E-tal 31 december, ggr	16,7	26,7	11,8	10,1	–

¹⁾ Enligt styrelsens förslag. För definitioner av nyckeltalen, se sidan 24.

Förvaltningsberättelse

Styrelsen och verkställande direktören för HL Display AB (publ) får härmed avge redovisning för bolagets och koncernens verksamhet 1996.

Bolagsstämma

Ordinarie bolagsstämma hölls i Stockholm den 26 maj 1996. Bolagsstämman beslöt utdela 1,25 SEK per aktie, totalt 4 806 TSEK.

Organisation

Under 1996 startades två nya säljbolag, ett i Wien och ett i Prag. Det österrikiska dotterbolaget växer stadigt och har uppvisat positivt resultat från första stund medan det tjeckiska bolaget, som möter en mer omogen marknad, behöver ytterligare en tid för att nå lönsamhet.

I augusti förvärvades 60 procent av Qvarnströms Säljstall i Lesjöfors AB, nu namnändrat till HL Qvarnström AB. Förvärvet skedde i syfte att bredda vårt utbud av material, då kompetensen här främst finns i tillverkning av exponeringsstall i tråd och plåt.

Koncernens organisation i övrigt framgår av not 6 till resultat- och balansräkningarna.

Omsättning

Koncernens omsättning uppgick 1996 till 353,0 (297,4) MSEK, en ökning med 18,7 procent mot föregående år. Samtliga säljbolag överträffade 1995 års försäljning. Det franska säljbolaget är störst följt av de svenska och brittiska bolagen. Tyskland och Polen ökade mest procentuellt sett. Försäljningen via distributörer har också utvecklats positivt under året. Noteras kan enstaka order från nya marknader såsom Saudi-Arabien och Sydafrika.

Exporten från Sverige steg med 42,1 MSEK till totalt 81 (82) procent av försäljningen. Koncernens totala försäljning utomlands uppgick till 285,7 (243,6) MSEK.

Det kundsegment som dominerar koncernens försäljning är alltjämt dagligvaruhandeln, medan segmenten fackhandel och varumärkesleverantörer ökar snabbast. På de svenska och polska marknaderna är dock varumärkesleverantörer den största kundgruppen.

HL Display är ett utpräglat nischföretag, hela omsättningen kan hänföras till ett och samma affärsområde.

Resultat

HL Display-koncernens rörelseresultat före avskrivningar uppgick till 65,0 (35,7) MSEK, motsvarande 18,4 (12,0) procent av försäljningen.

För att underlätta planeringen hos våra utländska dotterbolag har vi som policy att fakturera dem i lokal valuta till under året fasta växelkurser. Distributörerna, däremot, faktureras i svenska kronor. Av de bedömda valutainflödena såldes 1996 cirka 80 procent på termin på rullande tolv månadersbasis. Därav har rörelseresultatet förstärkts med netto 3,1 MSEK. För 1997 finns inga utestående terminskontrakt.

Årets avskrivningar enligt plan uppgick till 18,2 (14,2) MSEK. Ökningen förklaras av de kraftiga investeringar som gjorts under 1994 och 1995 samt förvärvet av HL Qvarnström 1996. Resultat efter avskrivningar uppgick till 46,9 (21,4) MSEK.

Det finansiella nettot har förändrats från -2,2 till -0,7 MSEK. Eftersom koncernens utländska dotterbolag betraktas som inte-

grerade förs omräkningsdifferensen till det egna kapitalet via resultaträkningen. Justerat för denna omräkningsdifferens, vore finansnettot -1,1 MSEK.

HL Display tillämpar ej någon metod för att motverka effekterna av omräkning av de utländska dotterbolagens balans- och resultaträkningar.

Resultatet efter finansiella poster ökade till 46,2 (19,2) MSEK. Vinstmarginalen uppgick till 13,1 (6,5) procent. Nettovinsten efter skatt ökade till 32,3 (10,5) MSEK. Årets skattekostnad uppgick till 13,8 (8,7) MSEK.

Investeringar

Nettoinvesteringar i anläggningstillgångar uppgick till 24,5 (27,5) MSEK. De fördelade sig med 22,4 MSEK i Sverige och 2,1 MSEK i utlandet. Av investeringarna avsåg 5,0 MSEK anläggningstillgångar i HL Qvarnström och 3,2 MSEK investeringar i samband med projekt Falun — Europa. Det senare syftar till att göra Falun-fabriken mer konkurrenskraftig på europamarknaden.

I enlighet med HL Displays strategi undersöks fortlöpande alternativ till företagsförvärv som kan bidra till koncernens fortsatta utveckling.

Finansiell ställning

Koncernens balansomslutning ökade med 47,2 MSEK till 212,9 MSEK. Den huvudsakliga anledningen är förvärvet av HL Qvarnström och den goda resultatutvecklingen.

Likvida medel inklusive outnyttjade checkräkningskrediter uppgick vid årets slut till 62,1 (33,5) MSEK.

Kapitalomsättningshastigheten var 1,86, vilket var i stort sett oförändrat jämfört med tidigare år. Varulagren uppgick vid årets slut till 9,6 (7,0) procent och kundfordringarna till 16,4 (16,7) procent av försäljningen. Den genomsnittliga kundkreditiden var 48 (49) dagar.

Koncernens egna kapital uppgick per den 31 december 1996 till 128,7 (101,2) MSEK. Antalet aktier var 3 844 436 stycken. Eget kapital per aktie ökade till 33,48 (26,33) SEK.

Soliditeten minskade under 1996 från 61,1 till 60,5 procent.

Löner och anställda

Antalet anställda inom HL Display har under 1996 ökat till i medeltal 347 (315), fördelat på 101 (88) kvinnor och 246 (227) män. Vid årets slut uppgick antalet anställda till 383.

Löner och ersättningar

TSEK	Styrelser och verkställande direktörer		Övriga anställda	
	1996	1995	1996	1995
Moderbolaget	894	898	9 253	6 859
Dotterbolagen	7 009	6 283	67 047	59 457
Koncernen	7 903	7 181	76 300	66 316

Lönebikostnaderna har i moderbolaget under året uppgått till 3,8 (2,9) MSEK och i koncernen 30,5 (25,2) MSEK.

Av ersättning till styrelser och verkställande direktörer i koncernen utgjorde 1,6 (1,3) MSEK resultatlön. Resultatlön till övriga anställda uppgick till 1,0 (0,6) MSEK.

Se vidare not 16.

Förslag till vinstdisposition

Koncernens fria egna kapital uppgår enligt upprättad koncernredovisning till 79 344 (57 367) TSEK.
Överföringen till bundna reserver inklusive föreslagen fondemission under 1997 beräknas till 11 820 TSEK.

SEK

Till bolagsstämman förfogande står
följande vinstmedel i moderbolaget:

Balanserade vinstmedel	21 600 822
Årets vinstmedel	10 526 714
	<hr/>
	32 127 536

Styrelsen och verkställande direktören
föreslår att:

till aktieägarna utdelas	
2,00 SEK per aktie, dvs totalt	7 688 872
till aktiekapital överföres	11 562 817
i ny räkning överföres	12 875 847
	<hr/>
	32 127 536

Styrelsens förslag till fondemission

Styrelsen i HL Display AB (publ) föreslår att bolagets registrerade aktiekapital utökas till 38,4 MSEK genom fondemission. Ökningen föreslås ske genom att 11,6 MSEK överföres från fritt eget kapital och 7,6 MSEK överföres från reservfonden.

Efter fondemissionen består aktiekapitalet av:

913 024	A-aktier à 5 SEK	4 565 120
6 775 848	B-aktier à 5 SEK	33 879 240
<hr/>		<hr/>
7 688 872		38 444 360

Beträffande koncernens och moderbolagets resultat och ställning hänvisas till efterföljande resultat- och balansräkningar samt kassaflödesanalyser, jämte till dessa hörande noter.

Resultaträkningar

TSEK		Koncernen		Moderbolaget		
		1996	1995	1996	1995	
	<i>Rörelsen intäkter</i>	not 1	352 990	297 356	29 990	37 215
	<i>Rörelsen kostnader</i>	not 2	- 287 944	- 261 703	- 31 900	- 27 113
	Rörelseresultat före avskrivningar		65 046	35 653	- 1 910	10 102
	<i>Avskrivningar enligt plan</i>	not 3	- 18 151	- 14 212	- 3 299	- 3 878
	Rörelseresultat efter avskrivningar		46 895	21 441	- 5 209	6 224
	<i>Finansiella intäkter och kostnader</i>					
	Utdelning på aktier och andelar		-	-	4 500	1 000
	Ränteintäkter		1 182	1 426	2 553	525
	Finansiella intäkter		136	160	-	-
	Omräkningsdifferens		376	- 1 596	-	-
	Räntekostnader		- 1 561	- 1 305	- 62	- 106
	Finansiella kostnader	not 4	- 862	- 930	- 6 244	- 246
			- 729	- 2 245	747	1 173
	Resultat efter finansiella intäkter och kostnader		46 166	19 196	- 4 462	7 397
	<i>Bokslutsdispositioner</i>					
	Avsättning till periodiseringsfond		-	-	- 2 801	- 1 049
	Förändring av skatteutjämningsreserv		-	-	121	121
	Erhållna koncernbidrag		-	-	20 000	- 3 000
	Avskrivning utöver plan		-	-	17	633
			-	-	17 337	- 3 295
	<i>Resultat före skatt</i>		46 166	19 196	12 875	4 102
	Skatt	not 5	- 13 807	- 8 696	- 2 348	- 940
	Minoritetsintressen		- 69	-	-	-
	Årets vinst		32 290	10 500	10 527	3 162

Balansräkningar

TSEK, per den 31 december	Koncernen		Moderbolaget	
	1996	1995	1996	1995
Tillgångar				
<i>Omsättningstillgångar</i>				
Kassa och bank	44 211	23 291	10 539	6 051
Fordringar hos dotterbolag	–	–	18 874	2 405
Kundfordringar	57 803	49 649	361	152
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	4 981	6 276	947	985
Övriga kortfristiga fordringar	8 231	8 156	3 921	4 424
Varulager	34 056	20 871	–	–
	149 282	108 243	34 642	14 017
<i>Anläggningstillgångar</i>				
Aktier i dotterbolag	not 6	–	13 606	13 359
Långfristiga fordringar hos dotterbolag	–	–	27 400	42 033
Andra långfristiga fordringar	433	611	–	200
Ombyggnad på annans fastighet	not 7	6 044	–	–
Goodwill	not 8	2 129	–	–
Datasystem	not 9	6 457	4 974	6 457
Maskiner och inventarier	not 10	47 974	2 724	2 648
Byggnader	not 11	2 417	–	–
Mark	–	–	–	–
	63 662	57 495	48 704	64 697
Summa tillgångar	212 944	165 738	83 346	78 714

Balansräkningar

TSEK, per den 31 december	Koncernen		Moderbolaget	
	1996	1995	1996	1995
Skulder och eget kapital				
<i>Kortfristiga skulder</i>				
Skulder till dotterbolag	–	–	124	4 631
Leverantörskulder	20 698	16 713	1 174	1 951
Skatteskuld	6 074	–	–	–
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	23 528	14 553	3 426	1 909
Övriga kortfristiga skulder	13 153	10 462	1 030	1 016
	63 453	41 728	5 754	9 507
<i>Långfristiga skulder</i>				
Checkräkningskredit	1 692	5 033	–	–
Andra långfristiga skulder	12 551	12 795	–	–
Latent skatt	6 442	4 969	–	–
	20 685	22 797	–	–
<i>Obeskattade reserver</i>				
Periodiseringsfond	–	–	10 411	7 610
Skatteutjämningsreserv	–	–	483	604
Avskrivning utöver plan	–	–	–	17
	–	–	10 894	8 231
Minoritetsintressen	109	–	–	–
Eget kapital				
<i>Bundet eget kapital</i>				
Aktiekapital	19 222	19 222	19 222	19 222
Bundna reserver	30 131	24 624	15 348	15 348
	49 353	43 846	34 570	34 570
<i>Fritt eget kapital</i>				
Fria reserver	47 054	46 867	21 601	23 244
Årets vinst	32 290	10 500	10 527	3 162
	79 344	57 367	32 128	26 406
Summa eget kapital	128 697	101 213	66 698	60 976
Summa skulder och eget kapital	212 944	165 738	83 346	78 714
Ställda panter				
Företagsinteckningar	25 415	24 092	12 500	12 500
Ansvarsförbindelser				
Borgen och övriga garantiförbindelser	305	373	4 298	3 919
varav ställda för dotterbolags räkning	–	–	4 210	3 671

Kassaflödesanalys

TSEK	Koncernen		Moderbolaget	
	1996	1995	1996	1995
Rörelsens intäkter	352 990	297 356	29 990	37 215
Rörelsens kostnader	- 287 944	- 261 703	- 31 900	- 27 113
Kassamässigt rörelseöverskott	65 046	35 653	- 1 910	10 102
<i>Förändring av</i>				
Rörelsefordringar	- 6 934	- 10 254	- 16 137	54 420
Varulager	- 13 185	- 3 738	-	-
Rörelseskulder (ej räntebärande)	24 060	- 3 037	- 3 753	- 21 869
Förändring av rörelsekapital	3 941	- 17 029	- 19 890	32 551
Investeringar i anläggningstillgångar	- 25 429	- 27 829	- 2 138	- 5 443
Summa rörelsens kassaflöde före finansiella poster	43 558	- 9 205	- 23 938	37 210
Finansnetto	- 729	- 2 245	- 3 753	173
Utdelning från dotterbolag	-	-	4 500	1 000
Försäljning av anläggningar	933	361	-	-
Koncernbidrag	-	-	20 000	- 3 000
Skatt	- 13 807	- 8 696	- 2 348	- 940
Övrigt	- 69	-	-	-
Summa rörelsens kassaflöde efter finansiella poster	29 886	- 19 785	- 5 539	34 443
Utdelning till aktieägare	- 4 806	- 4 806	- 4 806	- 4 806
Summa nettokassaflöde	25 080	- 24 591	- 10 345	29 637
varav förändring likvida medel	20 920	- 10 363	4 488	- 12 297

Redovisningsprinciper

Koncernredovisning

Redovisningsrådets rekommendation nr. 1 angående koncernredovisning tillämpas. Koncernredovisningen upprättas enligt förvärvsmetoden. Koncernens bokslut omfattar boksluten för moderbolaget HL Display AB (publ) och de bolag i vilka moderbolaget förfogar över mer än 50 procent av röstetalet.

HL Display ABs utländska dotterbolag är integrerade enligt definitionen i FARs förslag till rekommendation. Därför har omräkning av dotterbolagens bokslut skett enligt MIM-metoden. Monetära poster i dotterbolagens balansräkningar omräknas till balansdagens kurs medan icke monetära poster omräknas till investeringskurs. Samtliga poster i resultaträkningarna har omräknats till årets genomsnittskurser — även kostnad för sålda varor då omsättningshastigheten är mycket hög — utom avskrivningar där investeringskurs har använts. Omräkningsdifferensen redovisas i resultaträkningen ingående i finansiella poster.

Fordringar och skulder i utländsk valuta

Fordringar och skulder i utländsk valuta värderas till balansdagens kurs i enlighet med Bokföringsnämndens anvisning R7.

Varulager

Redovisningsrådets rekommendation nr. 2 angående redovisning av varulager tillämpas. Råvaror samt köpta hel- och halvfabrikat värderas till det lägsta av anskaffningsvärde och verkligt värde. Egentillverkade hel- och halvfabrikat värderas till varornas tillverkningskostnader inklusive skälig andel av indirekta tillverkningsomkostnader.

Avskrivningar på anläggningstillgångar

Avskrivningar enligt plan beräknas på ursprungliga anskaffningsvärden och baseras på tillgångarnas bedömda ekonomiska livslängd enligt följande:

Ombyggnad på annans fastighet	20 år
Produktionsanläggningar	7 år
Verktyg	3-7 år
Maskiner, inventarier och fordon	5 år
Datorer och datasystem	4 år
Goodwill	5-10 år

Utvecklingskostnader

Utgifter för produktions-, material- och produktutveckling kostnadsförs löpande.

Definitioner av nyckeltal

Andel riskbärande kapital	Eget kapital, minoritetsintresse och latent skatteskuld i förhållande till balansomslutningen.
Direktavkastning	Utdelning i procent av börskursen den 31 december.
Eget kapital per aktie	Redovisat eget kapital dividerat med antalet aktier vid årets utgång.
Kapitalomsättningshastighet	Rörelsens intäkter i förhållande till genomsnittlig balansomslutning.
Nettokassaflöde	Förändringen i nettoskuldsättning under en period.
Nettoskuldsättning	Likvida medel minus räntebärande skulder.
P/E-tal	Aktiekursen 31 december dividerat med vinst per aktie efter full skatt.
Räntabilitet på eget kapital efter full skatt	Resultat efter skatt i förhållande till genomsnittligt eget kapital.
Räntabilitet på sysselsatt kapital	Resultat efter finansnetto med tillägg för finansiella kostnader i förhållande till genomsnittligt sysselsatt kapital. Sysselsatt kapital avser balansomslutning minskad med icke räntebärande skulder.
Räntabilitet på totalt kapital	Resultat efter finansnetto med tillägg för finansiella kostnader i förhållande till genomsnittlig balansomslutning.
Räntetäckningsgrad	Resultat efter finansnetto med tillägg för finansiella kostnader i förhållande till finansiella kostnader.
Skuldsättningsgrad	Räntebärande skulder i förhållande till eget kapital.
Soliditet	Eget kapital inklusive minoritet i förhållande till balansomslutningen.
Utvecklingskostnader	Från och med 1994 avser Utvecklingskostnader kostnader för produktions-, material- och produktutveckling. Jämförelsetalen har justerats därtill.
Vinst per aktie efter full skatt	Resultat efter skatt dividerat med antalet aktier vid årets slut.
Vinst per aktie efter schablonskatt	Resultat före skatt minus 28 procent schablonskatt dividerat med antalet aktier vid årets slut.
Vinstmarginal	Resultat efter finansnetto i förhållande till rörelsens intäkter.

Noter

Not 1 Rörelsens intäkter

HL Display AB (publ)s försäljning till andra bolag inom koncernen uppgick till 29 990 (37 003) TSEK, vilket utgjorde 100,0 (99,4) procent av bolagets fakturerade försäljning.

Not 2 Rörelsens kostnader

Moderbolagets varuinköp från övriga koncernbolag uppgick till 1 procent av bolagets totala inköp. Koncernens kostnader har reducerats med statliga bidrag uppgående till sammanlagt 655 (1 187) TSEK, varav 0 (33) TSEK i moderbolaget.

TSEK	Koncernen		Moderbolaget	
	1996	1995	1996	1995

Not 3 Avskrivningar enligt plan

Ombyggnad på annans fastighet	- 441	- 166	-	-
Goodwill	- 2 006	- 870	-	-
Datasystem	- 2 780	- 3 345	- 2 132	- 2 779
Maskiner och inventarier	- 12 890	- 9 831	- 1 167	- 1 099
Byggnader	- 34	-	-	-
Summa	- 18 151	- 14 212	- 3 299	- 3 878

Not 4 Finansiella kostnader

Av finansiella kostnader i moderbolaget hänför sig 6 240 TSEK till nedskrivning av fordringar på HL Display North America Inc.

Not 5 Skatt

Inkomstskatt	- 12 875	- 8 282	- 2 348	- 940
Förändring latent skatteskuld	- 932	- 414	-	-
Summa	- 13 807	- 8 696	- 2 348	- 940

TSEK	Antal (st)	Procent. andel, %	Nominellt värde	Anskaffningsvärde	Bokfört värde	
					1996	1995

Not 6 Aktier i dotterbolag

HL Display production AB	1 500	100	150	11 125	11 125	11 125
HL Display Sverige AB	500	100	50	50	50	50
HL Display Norge A/S	50	100	47	47	47	47
HL Display Deutschland GmbH	1	100	362	365	365	365
HL Display Benelux N.V.	1 000	100	267	283	283	283
HL Display France S.A.	250	100	268	268	268	268
HL Display (UK) Ltd.	10 000	100	111	935	935	935
HL Display Polska Sp.z o.o.	1	100	20	20	20	20
HL Display Österreich GmbH	1	100	327	327	327	162
HL Display Česká republika s.r.o	1	100	26	26	26	-
HL Qvarnströms Förvaltnings AB	600	60	60	60	60	-
Jegab Display AB	500	100	50	50	50	50
Media Display AB	500	100	50	50	50	50
HL Display North America Inc.	-	-	-	-	-	4
Summa			1 788	13 606	13 606	13 359

Noter

TSEK	Koncernen		Moderbolaget	
	1996	1995	1996	1995
Not 7 Ombyggnad på annans fastighet				
Anskaffningsvärde	7 348	6 599	–	–
Ackumulerade avskrivningar	– 822	– 555	–	–
Bokfört värde	6 526	– 6 044		
Not 8 Goodwill				
Anskaffningsvärde	7 656	7 656	–	–
Ackumulerade avskrivningar enligt plan	– 7 533	– 5 527	–	–
Bokfört värde	123	2 129		
Not 9 Datasystem				
Anskaffningsvärde	13 506	10 380	11 029	10 380
Ackumulerade avskrivningar enligt plan	– 7 852	– 3 923	– 6 055	– 3 923
Restvärde enligt plan	5 654	6 457	4 974	6 457
Ackumulerade avskrivningar utöver plan	–	–	–	8
Bokfört värde	5 654	6 457	4 974	6 465
Not 10 Maskiner och inventarier				
Anskaffningsvärde	102 805	84 155	8 573	7 330
Ackumulerade avskrivningar enligt plan	– 54 831	– 41 901	– 5 849	– 4 682
Restvärde enligt plan	47 974	42 254	2 724	2 648
Ackumulerade avskrivningar utöver plan	–	–	–	– 25
Bokfört värde	47 974	42 254	2 724	2 623
Not 11 Byggnader				
Anskaffningsvärde	2 663	–	–	–
Ackumulerade avskrivningar enligt plan	– 246	–	–	–
Restvärde enligt plan	2 417			
Not 12 Kortfristiga skulder				
Av koncernens kortfristiga skulder var 4 475 (5 041) TSEK räntebärande. Moderbolagets kortfristiga skulder var inte till någon del räntebärande.				
Not 13 Långfristiga skulder				
Av de långfristiga skulderna var 6 960 (5 300) TSEK ej räntebärande. Total tillgänglig checkräkningskredit per den 31 december 1996 var 17 842 (14 284) TSEK. Därutöver har ännu outnyttjade kreditlöften om 13 000 TSEK beviljats.				
			Moderbolaget	
			1996	1995
Not 14 Periodiseringsfond				
Periodiseringsfond vid 1994 års taxering			6 561	6 561
Periodiseringsfond vid 1995 års taxering			1 049	1 049
Periodiseringsfond vid 1996 års taxering			2 801	–
Summa			10 411	7 610

Noter

	Koncernen			Moderbolaget		
	Aktie- kapital	Bundna reserver	Fria reserver	Aktie- kapital	Reserv- fond	Balanserad vinst
Not 15 Eget kapital						
Ingående balans	19 222	24 624	57 367	19 222	15 348	26 406
Utdelning			- 4 806			- 4 805
Avsättning till bundna medel		484	- 484			
Förskjutning mellan bundet och fritt eget kapital		5 023	- 5 023			
Årets resultat 1996			32 290			10 527
Utgående balans	19 222	30 131	79 344	19 222	15 348	32 128

HL Display ABs aktiekapital fördelar sig på 3 844 436 aktier, var och en med nominellt värde 5 SEK.

	Koncernen		Moderbolaget	
	1996	1995	1996	1995
Not 16 Personal				
<i>Medelantalet anställda</i>	347	315	33	26
varav kvinnor	101	88	17	15
varav män	246	227	16	11
<i>Fördelning per arbetsställe i Sverige</i>				
Stockholm	42	35	26	25
Sundsvall	151	151	6	-
Falun	49	51	-	-
Lesjöfors	17	14	-	-
Övriga kommuner i Sverige	6	14	-	-
Summa	265	251	32	25
<i>Fördelning per arbetsställe utomlands</i>				
Belgien	10	8	-	-
England	16	11	-	-
Nederländerna	2	2	-	-
Norge	9	8	-	-
Tyskland	14	11	-	-
Frankrike	20	17	-	-
Polen	6	4	1	1
Tjeckien	2	-	-	-
USA	-	3	-	-
Österrike	3	-	-	-
Summa	82	64	1	1
Koncernen totalt	347	315	33	26

Information om ledande befattningshavares förmåner

Styrelsen

Arvoden till styrelsen har utgått med sammanlagt 160 TSEK, varav ordförande erhöll 100 TSEK. Samtliga utom två av styrelseledamöterna är heltidsanställda i bolaget och uppbär inget extra arvode för styrelsearbetet.

Verkställande direktör

Moderbolaget verkställande direktör, tillika koncernchef, uppbar under året ersättning med 803 (801) TSEK inklusive bilförmån.

Pensionsavtalet följer ITP-planen.

12 månader ömsesidig uppsägningstid tillämpas. Inga avtal om avgångsvederlag eller resultatlön finns.

Övrig koncernledning

För övrig koncernledning följer pensionen ITP-planen. Uppsägningstiden är som längst 12 månader från bolagets sida respektive 6 månader från den anställdes sida. Inga avtal om avgångsvederlag finns.

Revisionsberättelse och styrelsens underskrifter

Skarpnäck den 12 februari 1997



Åke Wester
Ordförande



Christer Dahlström



Lis Remius



Kent Hertzell



Roger Lundberg



Kent Mossberg



Anders Remius
Verkställande direktör

Revisionsberättelse

Jag har granskat årsredovisningen, koncernredovisningen, räkenskaperna samt styrelsens och verkställande direktörens förvaltning för räkenskapsåret 1996. Granskningen har utförts enligt god revisions sed.

Moderbolaget

Årsredovisningen har upprättats enligt aktiebolagslagen.

Jag tillstyrker

- att resultaträkningen och balansräkningen fastställs,
- att vinsten disponeras enligt förslaget i förvaltningsberättelsen samt
- att styrelsens ledamöter och verkställande direktören beviljas ansvarsfrihet för räkenskapsåret.

Koncernen

Koncernredovisningen har upprättats enligt aktiebolagslagen.

Jag tillstyrker

- att koncernresultaträkningen och koncernbalansräkningen fastställs.

Stockholm den 3 mars 1997



Richard Roth
Auktoriserad revisor
Öhrlings Coopers & Lybrand AB

Koncernens utveckling i sammandrag

TSEK	1996	1995	1994	1993	1992
<i>Ur resultaträkningen</i>					
Rörelsens intäkter	352 990	297 356	257 790	181 186	128 527
Rörelseresultat före avskrivningar	65 046	35 653	44 866	28 653	15 940
Resultat före skatt	46 166	19 196	35 570	23 122	10 352
Resultat efter skatt	32 290	10 500	23 755	16 511	8 934
<i>Kapitalstruktur</i>					
Omsättningstillgångar	149 282	108 243	104 614	98 112	45 628
Anläggningstillgångar	63 662	57 495	44 228	28 602	21 831
Kortfristiga skulder	63 453	41 728	45 024	41 667	24 094
Långfristiga skulder	20 685	22 797	8 299	10 400	13 588
Eget kapital	128 697	101 213	95 519	74 647	29 777
Balansomslutning	212 944	165 738	148 842	126 714	67 459
Soliditet, %	60,5	61,1	64,2	58,9	44,1
Andel riskbärande kapital, %	63,8	64,3	67,2	62,2	47,5
Skuldsättningsgrad, ggr	0,14	0,22	0,09	0,10	0,38
<i>Nyckeltal</i>					
Antal anställda i medeltal	347	315	260	193	155
Omsättning per anställd	1 017,3	944,0	991,5	938,8	829,2
Vinstmarginal, %	13,1	6,5	13,8	12,8	8,1
Räntabilitet på totalt kapital, %	25,7	13,6	26,6	26,2	20,9
Räntabilitet på eget kapital efter full skatt, %	28,1	10,7	27,9	31,6	37,0
Räntabilitet på sysselsatt kapital, %	35,9	18,8	39,8	41,7	37,4
Räntetäckningsgrad, ggr	20,1	9,6	32,3	11,0	5,9
Nettoinvesteringar	24 496	27 468	25 066	12 934	13 957
Utvecklingskostnader	13 129	10 922	9 941	7 299	6 361

För definitioner av nyckeltalen se sidan 24.

Styrelse, koncernledning och revisorer



*Stående fr.v: Kent Mossberg, Christer Dahlström, Sven Hillgren.
Sittande fr.v: Roger Lundberg, Lis Remius, Åke Wester, Anders Remius, Kent Hertzell.*

Styrelse

Åke Wester, född 1939.

Styrelsen ordförande. Invald 1993.

Andra uppdrag: Styrelseordförande i Atle Miljöteknik AB, Atle Mergers & Acquisitions, Turnils AB, AB Centralsug samt Mont Blance Industri AB.

Innehav: 0 aktier.

Christer Dahlström, född 1943.

Invald 1993.

Andra uppdrag: Verkställande direktör i Skandia Investment AB. Styrelseordförande i Swedestart AB och Stockholm Universitets Holding AB. Ledamot i bl.a. Caran AB, Itab Industri AB, KCI Kone Cranes International Oy och Nordifagruppen AB.

Innehav: 400 aktier.

Kent Hertzell, född 1950.

Invald 1987.

Innehav: 16 100 aktier.

Anders Remius, född 1947.

Invald 1982.

Innehav: 434 392 aktier, varav 200 952 A-aktier.

Lis Remius, född 1945.

Invald 1982.

Innehav: 433 971 aktier, varav 200 952 A-aktier.

Roger Lundberg, född 1965.

Arbetstagarrepresentant. Utsedd 1993.

Innehav: 473 aktier.

Kent Mossberg, född 1957.

Arbetstagarrepresentant. Utsedd 1995.

Innehav: 1 650 aktier.

Sven Hillgren, född 1967.

Suppleant. Arbetstagarrepresentant.

Utsedd 1996.

Innehav: 0 aktier.

Koncernledning

Anders Remius, född 1947.

VD. Anställd 1978.

Innehav: 434 392 aktier varav 200 952 A-aktier.

Alistair Burke, född 1952.

Marknad. Anställd 1991.

Innehav: 0 aktier.

Kent Hertzell, född 1950.

Ekonomi & Finans.

Anställd 1995.

Innehav: 16 100 aktier.

Hans Olsson, född 1952.

Produktion. Anställd 1993.

Innehav: 3 000 aktier.

Revisorer

Richard Roth, född 1947.

Ordinarie sedan 1995.

Öhrlings Coopers & Lybrand AB.

Liselott Stenudd, född 1956.

Suppleant sedan 1995.

Öhrlings Coopers & Lybrand AB.

Adresser

Huvudkontor

HL Display AB (publ)
Horisontvägen 26
128 34 Skarpnäck
Sverige
tel: +46 8 683 15 30
fax: +46 8 604 92 10

Säljbolag

HL Display Benelux N.V.
Heiveldekens 9/J
2550 Kontich
Belgien
tel: +32 3 457 88 77
fax: +32 3 457 98 05

HL Display Benelux N.V.
Godfried Schalckenstraat 16
3343 DG Hendrik Ido
Ambacht
Nederländerna
tel: +31 7868 180 81
fax: +31 7868 214 50

**HL Display Česká
republika s.r.o.**
Radlická 3/2000
150 00 Praha 5 — Smíchov
Tjeckien
tel: +420 2 570 95166
fax: +420 2 570 95170

HL Display Deutschland GmbH
Hans - Böckler - Straße 10
40764 Langenfeld
Tyskland
tel: +49 2173 98 08 88
fax: +49 2173 98 01 64

HL Display France S.A.
18, Rue de la Tuilerie
37550 Saint-Avertin
Frankrike
tel: +33 2 47 48 85 00
fax: +33 2 47 48 11 88

HL Display Norge A/S
Postboks 18
1361 Billingsstad
Norge
tel: +47 66 98 36 00
fax: +47 66 98 09 92

HL Display Polska Sp.z o.o.
Al. Wilanowska 372
02-665 Warszawa
Polen
tel: +48 22 43 87 51
fax: +48 22 43 87 52

HL Display Sverige AB
Horisontvägen 26
128 34 Skarpnäck
Sverige
tel: +46 8 683 15 30
fax: +46 8 604 50 90

HL Display (UK) Ltd.
HL House
Arlanda Way,
Humberside Int. Airport
Kirmington, DN39 6YH
Storbritannien
tel: +44 1652 68 84 88
fax: +44 1652 68 86 63

HL Display Österreich GmbH
Postfach 6
IZ-NÖ-Süd. Straße 2. M27
2355 Wiener Neudorf
Österrike
tel: +43 2236 644 50
fax: +43 2236 644 51

Produktionsbolag

HL Display production AB
Box 810
851 23 Sundsvall
Sverige
tel: +46 60 16 12 00
fax: +46 60 12 08 88

HL Display production AB
Box 169
791 24 Falun
Sverige
tel: +46 23 480 80
fax: +46 23 480 88

HL Qvarnström AB
Kanalvägen 2
680 96 Lesjöfors
Sverige
tel: +46 590 305 30
fax: +46 590 311 35

Trion HL Inc.
297 Laird Street
Wilkes-Barre PA 18702
U.S.A.
tel: +1 717 824 1000
fax: +1 717 823 4080

Distributörer

Display Italia s.r.l.

Via Caduti Delle
Reggiane no 7
42100 Reggio Emilia
Italien
tel: +39 522 51 12 36
fax: +39 522 51 85 78

Display Ltd.

Dzelzavas 37-76
Riga LV-1084
Litauen
tel: +371 731 29 28
fax: +71 731 29 28

Kirur Benny Ltd.

P O B 2005
Beer Sheva 84 874
Israel
tel: +972 7 628 05 81
fax: +972 7 623 16 42

MFV Lda

Apartado 85
Fonte do Casal-Brenha
3080 Figueira da Foz
Portugal
tel: +351 33 363 81
fax: +351 33 363 82

Meediagrupp AS

Peterburi tee 71
Tallinn, EE0014
Estland
tel: +372 620 50 98
fax: +372 620 50 99

Mühlebach AG, Seridecor

Postfach
5201 Brugg AG1
Schweiz
tel: +41 155 94 52
fax: +41 155 94 50

Ovelar S.A

C/Gutierre de Cetina 8
28017 Madrid
Spanien
tel: +34 (1)876 0330
fax: +34 (1)876 0338

The Point of Sale Centre

991 Matheson Blvd East,
Unit 12
Mississauga
Ontario L4W 2V3
Kanada
tel: +1 905 629 3641
fax: +1 905 629 4850

pr trading-flekota a/s

farum gydevej 73
3520 Farum
Danmark
tel: +45 42 95 33 22
fax: +45 42 95 82 83

Shop Equipment Ltd.

152 Capel Street
Dublin 1
Irland
tel: +353 1 677 56 48
fax: +353 1 872 15 98

Sooni Oy

Vellamokatu 30 B
00550 Helsinki
Finland
tel: +358 9 726 1600
fax: +358 9 726 1622

Sydney Point-of-Sale Products

Unit 1, Pacific View
Business Park
8-10 Rodborough Road
Frenchs Forest, N.S.W. 2086
Australien
tel: +61 2 9975 7655
fax: +61 2 9975 7735

Tekno Pazarlama A.S

Altzeren Sokak No 25
1. Levent/Istanbul
Turkiet
tel: +90 212 270 38 58
fax: +90 212 281 71 52

Trion Inc.

297 Laird Street
Wilkes-Barre PA 18702
U.S.A.
tel: +1 717 824 1000
fax: +1 717 823 4080

Voyatzoglou Systems S.A

12 Km Nat. Road
Athens-Lamia
144 51 Metamorfossi
Athen
Grekland
tel: +30 1 281 411 00
fax: +30 1 284 66 00

Produktion

Ahlström Information AB
Tryck: Rekord Offset

HL Display AB (publ)

Horisontvägen 26

128 34 Skarpnäck

Sweden

tel: +46 8 683 15 30

fax: +46 8 604 92 10