2018
ÅRSREDOVISNING

New Nordic Healthbrands AB (publ)
Org. nr. 556698-0453

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

01 "THE BIG PICTURE"

Natural Magic 3
New Nordic i korthet 4
VD kommentarer 5
Utvalda finansiella data 7
Viktiga händelser under 2018 8

02 VÅR VERKSAMHET

New Nordic i kosttillskottsindustrin 11
New Nordics affärsmodell 15
Internationell försäljning 21
Våra produkter 22
Vår strategi 23

03 STYRELSEN

Styrelse och revisorer 24

04 AKTIEN

Aktien 25
Aktieägare information 26
Kallelse till årsstämma 2019 27

05 ÅRSREDOVISNING

Förvaltningsberättelse 30
Riskfaktorer 33
Koncernens resultaträkning, balansräkning, förändring i eget kapital och kassaflödesanalys 34
Moderbolagets resultaträkning, balansräkning, förändring i eget kapital och kassaflödesanalys 37
Redovisnings- och värderingsprinciper 41
Noter 44
Revisionsberättelse 59

NATURAL MAGIC

Den helande kraften i naturen är ett magiskt koncept.
I Skandinavien lever vi nära naturen.
Vi har stor respekt för de naturliga elementen.
Från läckra bär till extraordinära örter utvecklar New Nordic ett stort urval av naturprodukter för din hälsa och ditt utseende.
New Nordic är specialister på kosttillskott och skönhetsprodukter baserade på omfattande vetenskapliga bevis. Det resulterar i rena produkter som fungerar i harmoni med din kropp.
Detta hälsosamma och innovativa tillvägagångssätt är vad "natural magic" handlar om.

NEW NORDIC I KORTHET

New Nordic utvecklar växtbaserade kosttillskott till specifika hälso- och skönhetsbehov och marknadsför dessa till ett växande antal konsumenter över hela världen. Allt med omsorg för människor och natur.

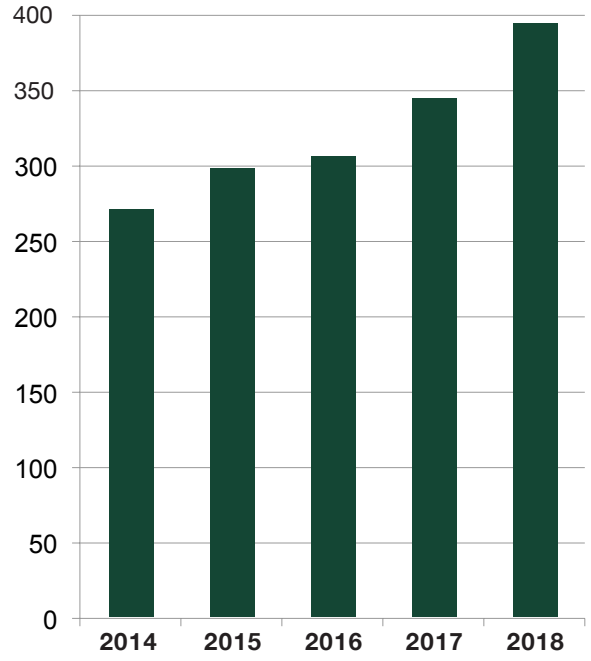
Den globala kosttillskottsmarknaden förutses att växa nästan 10% årligen till 2024 och New Nordic planerar att ta marknadsandelar på denna växande marknad. New Nordic varumärket har en stark skandinavisk identitet och en unik positionering i Europa och Nordamerika.

I dag säljs New Nordics kosttillskott i 37 länder i Nordamerika, Europa och Asien. New Nordics produkter är regelbundet tillgängliga i mer än 50 000 apotek, hälsoaffärer och online återförsäljare. New Nordic aktien är en av de få möjligheter att investera i en börsnoterad verksamhet fokuserad på kosttillskott som säljs internationellt via apotek, hälsobutiker och livsmedelsaffärer.

NEW NORDICS KOSTTILLSKOTT SÄLJS I 37 LÄNDER

PRODUKTERNA ÄR TILLGÄNGLIGA I MER ÄN 50.000 APOTEK OCH HÄLSOAFFÄRER

SORTIMENTET ERBJUDER LÖSNINGAR FÖR 40 HÄLSO- OCH SKÖNHETSBEHOV



New Nordic koncernintäkter i miljoner kronor 2014-2018

SOLID ORGANISK TILLVÄXT OCH ETT STARKARE INTERNATIONELLT VARUMÄRKE

RESULTAT PER AKTIE EFTER SKATT UPPGICK TILL 4,28 KRONOR.

Karl Kristian Bergman Jensen, VD

2018 markerade ytterligare ett år med expansion och ökad lönsamhet. Vi nådde 394 miljoner kronor i försäljning och en vinst efter skatt på 26,5 miljoner kronor. Vinsten per aktie ökade med 30 procent till 4,28 SEK.

En tillfredsställande prestation uppnådd genom effektiv genomförande av vår strategi med inriktning på innovation, marknadsföring och ökad distribution över hela världen. New Nordic är nu representerad i 37 länder med 86 procent av försäljningen genererad utanför Sverige.

New Nordic är en idé med en enorm internationell potential. Vårt varumärke har en stark identitet och en unik positionering. Hos New Nordic förenar vi naturliga örter med bevisad effektivitet för att ta fram produkter som löser våra konsumenters hälso- och skönhetsbehov. Produkter som kan förbättra deras liv på ett enkelt sätt.

Konsumenterna har alltid varit våra viktigaste intressenter. Vi bryr oss om dem och alla våra beslut är styrda av lusten att sätta dem i centrum för vad vi gör. Vår förmåga att förutse våra konsumenters behov och tillfredsställa deras förväntningar är avgörande. Vårt varumärke är exceptionellt och en ojämförlig tillgång. Styrkan av New Nordic varumärket växer dag för dag. New Nordic är uppskattad av konsumenter över hela världen och ses som en synonym för skandinavisk effektivitet, innovation och tillförlitlighet.

Vi har produkter för vitalitet, skönhet och viktminskning. Under 2018 utvecklades alla kategorierna bra. Under året lanserade vi flera nya produktinnovationer i alla kategorier. Vi lanserade en fin produkt för män som heter Prosta Vital™, Blue Berry™ Eye Stress för

människor i alla åldrar med många timmar främför digitala skärmar, en modern viktminskningstablett – Fat Burner™, världens första Apple Cider ättika "gummy", ett fantastiskt Beauty Oil™ -tillskott och inte minst en Magnesiumkapsel som är baserat 100 procent på magnesiummalat och B energy™ – ett mycket starkt vitamin B-komplex. Vårt fortsatta fokus på innovation skapar ett flöde av spännande nya produkter. Produkter som först testas på en eller ett fåtal marknader innan de rullas ut internationellt. Under 2018 har vi genomfört ett extraordinärt utvecklingsarbete för att förbereda en ny kategori produkter för lansering 2019.

New Nordic prioriterar tillverkning i Skandinavien. Lansering av nya applikationsformer och ny teknik tvingar oss att titta utomlands för bästa tillverkare med know how inom de nya teknikerna. Även om vi kommer att öka antal tillverkare kommer vi att fortsätta att välja de bästa råvarorna och fortsätta vår strikta kvalitetskontroll. Vi kontrollerar noggrant alla steg från råvaran i fält och skog till den färdiga produktförpackningen på hyllan i affären. Detta är vår konsumentgaranti för kontinuerlig hög kvalitetsstandard och säkra och effektiva produkter.

Jag är nöjd med utvecklingen i försäljning i mer eller mindre alla länder där vi är aktiva. Vår försäljning i Nordamerika har en bra tillväxt. Särskilt i USA förbättrar vi ständigt vår distribution med nya återförsäljare. Även i Europa växer försäljningen i bra takt.

Under 2019 kommer vi att öka våra ansträngningar för att starta New Nordic i europeiska länder där vi inte än är närvarande. Skandinavien upplevde också mycket fin tillväxt. Detta visar att vi kan växa även på marknader där vi redan är etablerade sedan mer än 20 år.

Under 2018 lyckades vi introducera New Nordic i Hong Kong i samarbete med Watson – en stor detaljhandelskedja och i Kina genom så kallade "cross border" kanaler som Tmall. I Hongkong reagerar kunderna bra på vår annonsering. I Kina går utvecklingen långsammare än väntat men vi utökar nu antalet cross border-butiker och jag är övertygad om att vi kommer att öka verksamheten här under 2019.

Totalt sett står apotek för den största delen av försäljningen av våra produkter till konsument. Därefter kommer hälsobutiker. Flera av våra återförsäljare är pan-europeiska eller enskilda som finns på flera kontinenter. Online-butiker blir allt viktigare på den internationella kosttillskottscenen och för New Nordic.

De globala konjunkturutsikterna är mindre positiva här i början av 2019 än de var under första delen av 2018. Vår bransch är emellertid inte särskilt cyklisk och analytikerna förväntar sig att den globala kosttillskottsmarknaden kommer att växa de närmaste 7 åren med en aggregerad årlig tillväxttakt nära 10 procent. USA med 10 procent och Europa med 7 procent. Nu, som alltid, väntar nya utmaningar på oss. Under de närmaste åren kommer det särskilt att vara hur man ska agera i den snabbväxande detaljhandeln med större och mer konsoliderade internationella detaljhandelspartners och en förändring från offline till online shopping bland våra konsumenter.

Vi kommer att fortsätta att genomföra vår strategi enligt vår beprövade affärsmodell. Produktinnovation är grundläggande för vår fortsatta framgång och vi har gott om spännande nya produkter i "pipe-line" för en expansion av vårt sortiment. Vi kommer också fortsätta vårt höga marknadsföringstryck med ökat fokus på att mästra de sociala medierna samt tryckta media och TV.

Jag är stolt över vår organisation och vår struktur. Vi har utmärkta planerings- och kontrollverktyg, vi är strömlinjeformade i våra beslutsprocesser men ändå flexibla och beredda att improvisera för att hantera utmaningarna på vår väg för att nå våra mål. Vi har ett begåvat team av individer som är mycket engagerade. Alla har bidragit till resultatet 2018 och alla är fullt medvetna om de mål och ansträngningar som ligger framför oss för att säkerställa vår fortsatta tillväxt och lönsamhet.

Vi kommer alla att sträva efter att bli ännu bättre på de saker vi gör så bra. Vi planerar att ta marknadsandelar på den växande globala kosttillskottsmarknaden och öka värdet av vårt varumärke hand i hand med att öka vinst per aktie för våra kära aktieägare.

KARL KRISTIAN BERGMAN JENSEN
VD

UTVALDA FINANSIELLA DATA

(kSEK)	2018	2017	2016	2015	2014
Aktien					
Antal aktier vid periodens slut*	6 195 200	6 195 200	6 195 200	6 195 200	6 195 200
Egna aktier vid periodens slut*	0	0	0	0	0
Marknadspris 31 december, SEK	68	40	27,5	23,9	23,4
Resultat per aktie, SEK*	4,28	3,28	1,55	1,83	2,00
Eget kapital per aktie*	12,95	9,8	6,9	5,8	4,0
Utdelning per aktie, SEK*/**	1,50	1,15	0,40	0,25	0
Verksamhetens storlek					
Antal anställda vid periodens slut	51	41	42	44	38
Börsvärde 31 december	421 274	247 808	170 368	148 065	144 968
Verksamheten					
Nettoomsättning	393 708	344 739	305 842	298 485	271 949
EBITDA	34 891	28 455	14 096	18 592	19 118
Rörelseresultat	34 223	27 654	13 007	15 718	16 199
Resultat efter finansiella poster	34 119	27 115	12 523	14 240	16 525
Årets resultat	26 523	20 297	9 574	11 330	12 375
Marginaler					
Bruttomarginal, %	70,5	67,4	65,3	65,9	63,9
EBITDA, %	8,9	8,3	4,6	6,2	7,0
Rörelsemarginal, %	8,7	8,0	4,3	5,3	6,0
Vinstmarginal efter skatt, %	6,7	5,9	3,1	3,8	4,6
Tillväxt					
Nettoomsättningstillväxt, %	14,2	12,7	2,5	9,8	19,2
Tillväxt i resultat per aktie,%	30,5	111,6	-15,3	-8,5	115,1
Data från balansräkningen					
Balansomslutning	162 647	138 818	127 592	125 235	100 662
Eget kapital	80 213	60 810	42 979	35 772	25 059
Aktiekapital	6 195	6 195	6 195	6 195	6 195

(kSEK)	2018	2017	2016	2015	2014
Effektivitet					
Avkastning på sysselsatt kapital, %	40.7	39,8	17,7	28,9	46,1
Avkastning på eget kapital, %	33.1	33,4	22,3	31,7	49,4
Omsättning per medarbetare	8 467	8 307	7 113	6 784	7 157
Bruttoresultat per medarbetare	5 968	5 597	4 641	4 471	4 572
Resultat per medarbetare	520	495	228	258	326
Finansiell ställning					
Skuldsättningsgrad, ggr	1.03	1,28	1,97	2,5	3,0
Räntetäckningsgrad, ggr	100.7	44,7	15,8	13,7	9,5
Soliditet, %	49.3	43,8	33,7	28,6	24,9
Kassaflöde					
Kassaflöde från den löpande verksamheten	17 852	26 420	-9 252	-2 560	3 204
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	-11 973	-24 162	9 077	1 555	-1 483
Investeringar	880	202	597	792	588

*Det finns inga utspädningseffekter.
** Styrelsen föreslår att utdelningen för räkenskapsåret 2018 fastställs till 1,50 (1,15) kronor per aktie.

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. **Soliditet:** Eget kapital i procent av balansomslutningen. **Avkastning på sysselsatt kapital:** Resultatet efter finansnetto plus finansiella kostnader dividerat med sysselsatt kapital. **Avkastning på eget kapital:** Resultat efter skatt i procent av eget kapital vid periodens slut. **Skuldsättningsgrad:** Summan av skulder dividerat med eget kapital**. Räntetäckningsgrad:** Rörelseresultat dividerat med räntekostnader.

VIKTIGA HÄNDELSER UNDER 2018

Q1

FAT BURNER

New Nordic lanserade Fat Burner™ har blivit en omedelbar succé på testmarknaden. Vem kunde inte behöva få lite hjälp med att förbränna dessa envisa fettdepåerna?

Q2

HÄLSA OCH VETENSKAPSPRIS

Wild Biotic™ produkten, som är baserad på naturliga mjölksyrabakterier från honung och andra biprodukter har tagits mycket väl emot av handeln och konsumenterna. Wild Biotic tilldelades Danmarks Hälsa och Vetenskapspris 2018.

NU I KINA

New Nordic introducerade sin plattform på T-mall. En "cross-boarder" plattform för konsumenter i Kina och Hong Kong. Andra plattformar för cross border försäljning ska följa.

HONG KONG watsons

New Nordic Limited, det nyligen etablerade dotterbolaget i Hong Kong, lanserar fem produkter i samarbete med Watsons apotekskedja.

ÅRETS PRODUCENT

Global Health & Pharma International Life Sciences Awards 2018 för den bästa tillverkare av örtbaserade kosttillskott i 2018, tilldelades New Nordic i England.

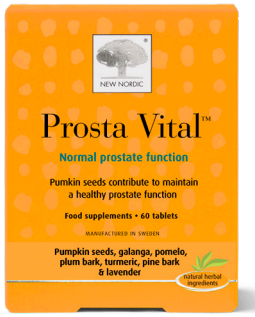
FÖRST I VÄRLDEN

År 2018 tilldelades New Nordics Apple Cider™ tablett priset för bästa magprodukten av Natural Nutrition i Kanada. Nu lanserar New Nordic också den första Apple Cider™ gummy i världen.

ÖGONSTRESS?

Fler och fler människor lider av digital ögonstress. New Nordic lanserar Blue Berry™ Eye Stress för att hjälpa människor i alla åldrar att lätta på sina problem.

Q3



MAN – TA VARA PÅ DIG!

Fler och fler män är uppmärksamma på prostataproblem. Prosta Vital™ är en utmärkt lösning och lanseringen i Danmark har överträffat våra förväntningar.

Q4

DET FUNGERAR VERKLIGEN!

När man läser recensioner för Hair Volume™ på nätet ser man hur glada användarna är för tablettens effekt. Nu är det också kliniskt bevisat genom en placebokontrollerad studie i Paris att kvinnor som tar Hair Volume får tjockare hår och får fler nya hår. 9 av 10 är nöjda med Hair Volume™.

PRISBELÖNAD

Goda nyheter! Ännu ett pris tilldelas Hair Volume™ "Highly Commended Best Supplement" 2018 av Natural Lifestyle magasinet i Storbritannien.

VÅR VERKSAMHET

NEW NORDIC I KOSTTILLSKOTTSINDUSTRIN

Det totala värdet av kosttillskottsmarknaden 2018 uppgick till nästan 1.200 miljarder SEK (145 miljarder USD)[1]. Marknaden är emellertid fortfarande fragmenterad och uppdelad mellan ”multilevel” och direktförsäljande företag å ena sidan och företag som säljer och distribuerar genom traditionellt apotek, hälsa, livsmedelsbutiker och online-återförsäljare å andra sidan. Topp 3 direktförsäljande företag har omkring 10% marknadsandel och topp 3 företag med traditionell distribution har endast en ensiffrig global marknadsandel när de kombineras. Dessutom är det ofta så att flera av de stora aktörerna på marknaden bara existerar nationellt eller regionalt och inte globalt.

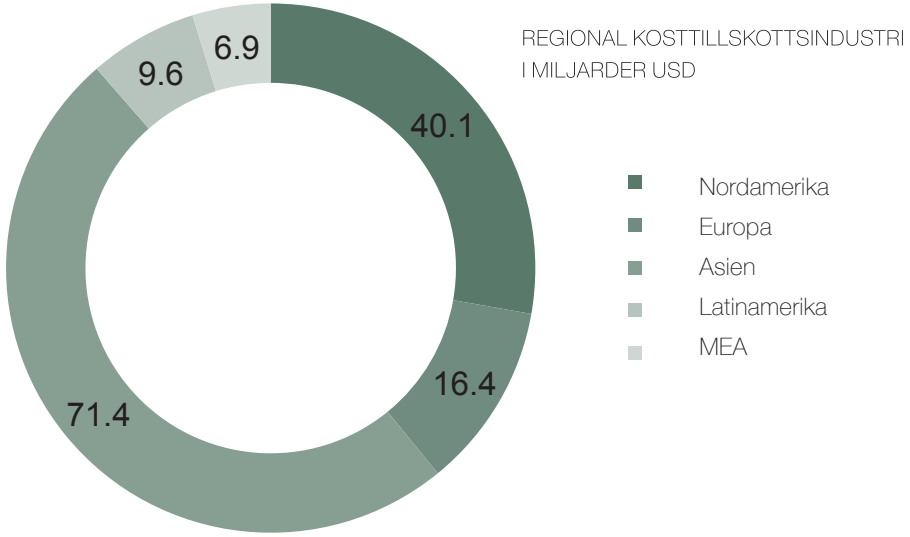
Asien står för nära 50% av det globala marknadsvärdet, Nordamerika representerar cirka 28% och Europa cirka 11%. USA och Kina är de två viktigaste enskilda marknaderna.

De totala globala marknaderna förväntas fortsätta växa med en årlig tillväxthastighet, CAGR, om 9,7% fram till 2024. Asien kommer att ha störst tillväxt med en CAGR på 11,2% och Europa den minsta tillväxten men ändå med en förväntad CAGR på 7,2%.

De olika distributionskanalerna för kosttillskott kan variera avsevärt från marknad till marknad. På de flesta marknader är distribution genom den traditionella detaljhandeln viktigast. Dock har vissa spelare i branschen stor framgång med ”multi-level” och direktförsäljning.

I Nordamerika och Europa, är apotek, hälsobutiker och livsmedelsaffärer de viktigaste försäljningskanalerna. Online detaljhandeln har nästan fördubblats på fem år, vilket har resulterat i att online-återförsäljare genererar upp till 30% andel av försäljningen av bolagets produkter på vissa marknader och trenden förväntas fortsätta.

I Kina där infrastruktur och traditionell västerländsk detaljhandel är dåligt fungerande, hoppar konsumenterna direkt till onlineplattformar för att köpa kosttillskott. I Kina är onlinemarknaden utgångspunkten för många internationella varumärken. Denna distributionsutveckling förväntas följa på andra tillväxtmarknader med dålig detaljhandelsinfrastruktur som Indien och Sydamerika.



Det finns ett antal olika kosttillskottskategorier. En vanlig åsikt är att dela upp kategorierna i förhållande till den grundläggande ingredienstypen såsom vitaminer, mineraler, aminosyror, fettsyror, örter, enzymer etc. Kosttillskott baserade på vitaminer är den största undergruppen av kosttillskott som står för 47% av försäljningen medan kosttillskott baserade på örter står för cirka 12% och motsvarar ett värde på 147 miljarder SEK (18 miljarder USD) år 2018. Den förväntade CAGR för örter är 9,7% fram till 2024.

Ett annat sätt att se på marknaden är att se hur inköpare i detaljhandelskedjor brukar dela upp marknaden. De delar upp marknaden i två huvudkategorier, VMS som står för vitaminer, mineraler och kosttillskott (supplements), och Diet, vilket inkluderar både kosttillskott och måltidsersättningar. VMS-sektionen innehåller återigen underavsnitt som sportnäring, skönhet inifrån, sömn etc.

Ur tillverkarens synvinkel finns det ytterligare två sätt att titta på marknaden. Vissa spelare säljer ingredienser i ett sortiment under ett varumärke. En serie kan enkelt bestå av 50 produkter med enstaka ingredienser. Andra säljer produkter med flera ingredienser i en formulering som riktar sig mot ett specifikt hälso- eller skönhetsproblem.

New Nordic fokuserar på konsumentbehov och säljer lösningar för deras hälso- eller skönhetsproblem. Bolagets produkter innehåller vanligtvis flera ingredienser formulerade för att lösa konsumentbehovet på det mest effektiva sättet. New Nordics viktigaste ingredienser är mycket ofta baserade på naturliga örtextrakter. New Nordics distribution är inriktad på specialhandeln, dvs. apotek, hälsobutiker och specialbutiker. I Nordamerika säljer bolaget även via massmarknaden - till exempel dagligvaruäffärer med en särskild avdelning för kosttillskott eller nätbutiker.

[1]Källa: Nutraceuticals World, Nutraingredients, Food Navigator, Hoovers, Primary Interviews, Grand View Research

DEN FYSISKA BUTIKSUPPLEVELSEN

Medan det uppskattas att onlineshopping genererar en ökande andel av försäljningen och redan idag står för 30% på vissa marknader, är de fysiska återförsäljarna fortfarande mycket viktiga för New Nordic. Särskilt apotek och hälsobutiker erbjuder social interaktion och är mer lokal och bekväm. Dessutom möjliggörs en högre nivå av personlig service och ger en starkare känslomässig koppling till produkten.

Konsumenterna behöver dock en anledning att gå till affären och den fysiska detaljhandeln måste anpassa sig till detta genom att erbjuda ett interaktivt, visuellt och dynamiskt utrymme som lockar konsumenterna. New Nordic utbildar handlare på örter, produktens funktion och de unika fördelar. Vi erbjuder även högklassigt material i butik för att göra butiken till en spännande plats att besöka, och vi erbjuder kampanjer och aktiviteter som skapar ”buzz” i butiken.

ONLINE BUTIKSUPPLEVELSEN

Med hjälp av digital teknik har konsumenterna bättre tillgång till information och val än någonsin tidigare, vilket leder till en förändring av shoppingbeteende och förväntningar. Konsumenterna ser varumärken, inte kanaler, och de vill ha en bekväm och personlig shoppingupplevelse som kombinerar online och offline som de önskar.

I motsats till offlineshopping, där konsumenter ofta måste lita på råd från en enda personal, erbjuder många online-återförsäljare recensioner från andra konsumenter vilket kan bidra till beslutsfattandet. Medan fysiska butiker förblir en viktig hörnsten för köp av kosttillskott, växer nätbutiker i betydelse. New Nordic strävar efter att erbjuda utmärkt information och värde för våra konsumenter över båda försäljningskanaler. New Nordic tar en aktiv roll i att tillhandahålla digitala bilder, information och kampanjer för online-återförsäljare samt en aktiv roll i att ansluta direkt till konsumenter via egna sociala medier.

I VISSA LÄNDER SÄLJS **UPP TILL 35%** AV NEW NORDIC PRODUKTERNA ONLINE

Alexis Ren - Internationell instagram influencer promotar Hair Volume™

NEW NORDICS DIGITALA RELATION

Särskilt yngre konsumenter handlar allt oftare online på sin mobil. Och de gillar att ansluta och relatera direkt till tillverkaren. De vill vara med i New Nordics “universum”.

New Nordic upplever denna trend. I bolagets digitala och traditionella tryckta annonsering uppmuntrar de konsumenterna att ansluta till dem via chatt, sociala medier och telefon. New Nordic ökar dagligen antalet konsumenter som de regelbundet är i kontakt med och de värderar dessa relationer högt. Försäljningen direkt från bolagets officiella webbutik till konsumenter ligger under 3% av den totala försäljningen men den ökar snabbare än bolagets generella försäljningsökning.

ATT BYGGA ETT INTERNATIONELLT VARUMÄRKE

Konkurrensen på kosttillskottsmarknaden är fragmenterad. Nya mindre företag skjuter ständigt upp på marknaden, men de större aktörerna etablerar sina varumärken som blir starkare och starkare och de tar ständigt mer betydande marknadspositioner. Men även de större aktörerna har i mycket begränsade fall skapat varumärken som du hittar över hela världen. Det finns plats för att bygga internationella märken.

Varumärken byggs genom att erbjuda konsumenterna meningsfull substans och inte bara genom reklamslagord. New Nordic fokuserar på att bygga ett internationellt erkänt varumärke med en skandinavisk, effektiv och örtbaserad image. Bolagets effektiva organisations- och företagsstruktur gör det möjligt för New Nordic att tilldela många resurser i marknadsföring och relationer med konsumenterna. New Nordics ständiga innovation ger varumärket nyhetsvärde och bolagets fokus på effektivitet bygger förtroende för deras varumärke över tiden. Dag för dag växer New Nordics varumärke starkare i hela världen.

FRANÇOIS GÉRARD UTVECKLAREN

François Gérard är skaparen av många av New Nordics anmärkningsvärda hälso- och skönhetsprodukter. Med mer än 30 års internationell erfarenhet med örter, hälsa och skönhetsprodukter är det en fantastisk resurs att ha. François spenderar lika mycket tid på att resa till avlägsna platser i världen för att undersöka sällsynta växter i sin naturliga oförstörda miljö som han använder i laboratoriet. Han är en unik person som lever och andas “Natural Magic”.

NEW NORDICS AFFÄRSMODELL

VÅR AFFÄRSMODELL ÄR ARRANGERAD SÅ VI KAN FOKUSERA PÅ DE TVÅ DISCIPLINER SOM SKAPAR MEST VÄRDE: **INNOVATION OCH MARKNADSFÖRING**

Som företag och varumärke har New Nordic många konkurrenskraftiga styrkor som redan är uppbyggda på en plattform som lätt kan skalas. Även utan att behöva ta in mer pengar för att utnyttja de möjligheter som ligger framåt. New Nordic har en extraordinär råmaterialkompetens, en riktigt effektiv produktutveckling, en flexibel och snabbt justerbar tillverkningsmodell med våra egna strikta kvalitetsprocedurer. På säljsidan har New Nordic ett interna- tionellt nätverk med personliga kontak- ter till grossister och återförsäljare runt om i världen. New Nordic har allt på plats för expansion. Dessutom har bolaget en mycket effektiv struktur och organisation med deras egna utveckla- de planläggnings- och kontrollverktyg som passar perfekt för bolagets verksamhet.

En intäkt på mer än 8 miljoner kronor och en vinst på nästan en halv miljon kronor per anställd år 2018 är ett bevis på New Nordics effektivitet.

FÖRSÄLJNING PER ANSTÄLLD
SEK 8,5 MILJONER
VINST EFTER SKATT
PER ANSTÄLLD
SEK 520.000

RESEARCH ÄR SKILLNADEN MELLAN **KNEW-HOW OCH KNOW-HOW**

New Nordics affärsstrategi utnyttjar bolagets unika förmåga att utveckla egna innovativa formuleringar för att ge deras kunder nya produkter och lösningar med överlägsen effektivitet och användarvänlighet i starkt karakteristiska förpackningar. New Nordic är övertygade om att kontinuerlig investering i forskning och utveckling, marknadsföring och reklam är avgörande för utveckling och försäljning av innovativa produkter. New Nordic är också fokuserade på att bygga långsiktiga förhållanden med råvaruleverantörer så nära originalkällan som möjligt för att kontrollera kvalitet från fält och skog till färdig produkt.

New Nordic strävar efter att styra deras varumärke i alla aspekter av deras verksamhet och de försöker öka deras insikt i konsumentens beteende, effekten av New Nordic marknadsföring och de media de använder. Detta skal vara en know-how New Nordic har in-house.

New Nordic är tillhängare av ordspråket “concepts are global - selling is local”. Bolagets strategi omfattar att utöka deras geografiska distributionsnät för att effektivt nå fler kunder. Antingen genom egna nationella försäljnings- och marknadsföringsföretag eller genom välrenommerade distributörer. New Nordics produkter distribueras i apotek och hälsobutiker och via deras egen onlinebutik. I Nordamerika till viss utsträckning även i dagligvaruhandeln.

SÅ GÖR VI

New Nordics egen forskning och utveckling av innovativa produkter är en viktig drivkraft för lönsam tillväxt. Bolaget försöker bygga och bibehålla överlägsen kunskap och expertis inom växtbaserade ingredienser och dess förmåga att ge vitalitet till människor. New Nordic är inriktade på “insight-innovation” som tillför nytt värde till produkter.

New Nordic strävar efter att varje varumärke alltid ska ha den mest effektiva och användarvänliga produktformuleringen och presentationen inom sin kategori under förutsättning att pris/värde förhållandet vänder sig till den breda befolkningen.

Utöver nya produkter är innovationen inbäddad i bolagets företagskultur för att uppmuntra nya idéer och förbättrade processer i alla aspekter av organisationen. Detta för att bli mer effektiv och arbeta smartare och snabbare med mindre byråkrati med bättre planering och rapportering. New Nordic är övertygade om att nyckeln till framgång ligger i att göra livet bättre och lättare för bolagets konsumenter och för deras detaljhandelspartners.

New Nordic uppmuntrar personalen att “gå den extra milen” som konkurrenter inte är villiga att gå för att överträffa konsumentens förväntningar.

För varje produkt arbetar bolaget med en varumärkesidentitet och med att framföra produktens historia på ett övertygande sätt. New Nordic önskar att skapa konsumentlojalitet, och göra deras produkter till förstahandsvalet inom deras kategori. New Nordic hanterar all reklam och mediaköp internt på både internationell och nationell nivå.

På nationell nivå hanterar New Nordic sin verksamhet genom dotterbolag eller genom välrenommerade nationella distributörer. Planering och rapportering sker både på landsnivå och på varumärkesnivå.

New Nordic är övertygade om att det kräver ett starkt engagemang på nationell, lokal nivå för att skapa tillväxt och bygga varumärken. Det krävs ett tätt samarbete med detaljhandelskunder, vårdpersonal och slutkonsumenter.

New Nordic Herbal School har blivit en traditionell händelse för detaljhandelns utbildning.

New Nordic arbetar med att utveckla en djup konsumentinsikt som bolaget har nytta av under deras produktutveckling, förpackningsutveckling och kommunikation. Marknadsföringen bygger främst på direkt annonsering och kommunikation till slutkonsumenten med tillägg av marknadsföringsprogram och priskampanjer med återförsäljare. Lokalt i marknaden arrangerar New Nordic information, utbildning och träning för att dela deras kompetens med butikspersonal och vårdpersonal och bolaget för dialog med opinionsledare.

I alla nationella försäljningsbolag har New Nordic dessutom etablerat kundcentraler och digital chattjänst för att ge konsumenterna den bästa rådgivning och kundsupportupplevelse. I New Nordics annonsering uppmanar de konsumenten att kontakta deras kundtjänst för ytterligare råd och vägledning.

KOMPETENT TEAM

På New Nordic försöker vi attrahera och behålla de bästa och mest begåvade personerna och utveckla deras personligheter och färdigheter. Vi strävar efter att uppnå en informell, professionell och snabbt agerande internationell arbetsmiljö.

Personal på alla nivåer lär sig att ta ansvar. Vår personal förbinder sig att bedriva verksamhet med högsta integritet. Ledarskap betyder förmågan att ta och genomföra beslut, kunna motivera andra, att planera för framgång och vara beredd att improvisera under förändringar. Ledarskapet sträcker sig också till att vara ledande inom vård och respekt för naturen och de samhällen där våra anställda bor och arbetar och där vi säljer våra produkter.

PRODUKTINNOVATION

Ledningen är djupt involverad i de innovationsprocesser som leds av produktutvecklingsansvarige. New Product Development, NPD, arbetet är en kontinuerlig process med en prioriterad “pipe-line” som granskas kvartalsvis.

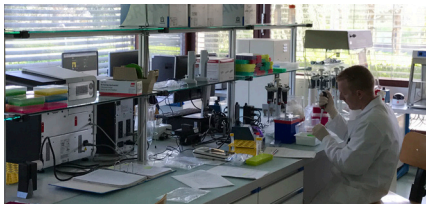
Varje enskilt NPD-projekt bygger på ad hoc-engagemang från världsomspännande specialister, institutioner och konsulter. Ofta görs ett NPD-projekt också i samarbete med råvaruleverantörer. Särskilt när nya processteknologier och nya specifikationer krävs.

Under nästan två decennier har New Nordic utvecklat en av de mest omfattande elektroniska växtdatabaserna i världen, inklusive sällsynt botanisk information samlad från institutioner i flera världsdelar.

Inspiration för nya produktidéer kommer i grunden från två vinklar. Den första är nya upptäckter av växtbaserade och biologiska beståndsdelar som kan gynna människors hälsa.

Den andra är konsumentforskning som identifierar nya behov och trender som lägger grunden för nya funktioner och användningsmål för utvecklingen.

New Nordics internationella närvaro och dagliga möten med många kulturer ger en unik inblick i uppåtgående trender och möjligheter. Tillsammans med en kännedom av de senaste upptäckta effekterna av naturliga livsmedelsingredienser ger det bolaget en unik förmåga att reagera mycket snabbt i deras NPD-arbete. Totalt har New Nordic använt mindre än en procent av sina intäkter till forskning och produktutveckling under 2018. Dessa kostnader har inte aktiverats utan har belastats under övriga rörelsekostnader.



Metagenomiska studier av New Nordic växtmaterial.

RÅMATERIALER

New Nordic köper sina råmaterial så nära jordbrukaren eller tillverkaren som möjligt. Bakom kulisserna använder New Nordic många resurser för att hitta de bästa råvarorna. En disciplin som adderar till bolagets know-how. I handeln med råvaror finns en enorm mängd mellanhänder som handlar råvaror. New Nordic försöker köpa direkt från bönder, extraktorer och tillverkare.

Under de senaste två decennierna har New Nordic byggt upp ett förhållande med ett stort antal leverantörer. De förstår bolagets kvalitetskrav och New Nordic förstår de kritiska riskfaktorerna i deras jordbruks- och produktionsprocesser. Det är en viktig fördel.

New Nordics relation betyder att bolaget fort får kännedom till nya kvaliteter och råvaruvarianter och förbättringar som är under utveckling. New Nordic beaktar detta i vår produktutveckling på ett tidigt stadium. Några råmaterial är speciellt utvecklade och tillverkade endast för New Nordic och vid speciella tillfällen arrangerar bolaget odlingen eller insamlingen före säsongen för att säkerställa stabil leverans.

PRODUKTION

New Nordic fokuserar resurser på innovation och marknadsföring. New Nordic har ett långsiktigt samarbete med flera tillverkare. För nyckelprodukter har New Nordic en policy att ha minst två tillverkare för att säkerställa en stabil leverans. För att säkerställa en konsekvent standardiserad kvalitet, köper New Nordic alla viktiga råvaror själva och bolaget samordnar ett extraordinärt kvalitetsprogram av alla deras råmaterial som används av bolagets tillverkare.

Idag föregår nästan all New Nordics tillverkning i Skandinavien. Detta förändras något eftersom bolaget tittar över hela världen efter ny teknik och tillverkning av nya doseringsformer. New Nordic har gjort konkreta undersökningar och analyser av fördelar och nackdelar med att etablera deras egen tillverkning i Skandinavien. Hittills är vår slutsats att fördelningen av resurser och fokus mot fortsatt innovation och marknadsföring är gynnsammare för företaget. Bolaget kommer kontinuerligt att hålla koll på ytterligare utveckling och utvärdera situationen regelbundet.

PÅ NEW NORDIC HANTERAR VI MER ÄN 700 "STOCK KEEPING UNITS"

REGULATORISKA ANGELÄGENHETER

När man inte är direkt involverad i kosttillskottsindustrin är det svårt att förstå hur komplicerat den rättsliga situationen är. Särskilt när man arbetar internationellt och speciellt när man arbetar med örter som är fallet med New Nordic. Det är en reglulativ utmaning som bolaget gör deras bästa för att mästra till perfektion. Vår egen kvalitets- och regleringsavdelning samordnar uppgifterna från bolagets nationella lagstiftningskonsulter och kvalitetslaboratorier som de arbetar med i alla de länder där bolaget är aktivt.

I grund och botten arbetar New Nordic under tre grupper av olika jurisdiktionsprinciper: EU med övervakning från livsmedelsmyndigheterna, USA med FDA-tillsyn och Kina med övervakning från livsmedels- och hälsovårdsmyndigheter. Däremellan finns det många variationer. Till exempel i Kanada där kosttillskott måste registreras och godkännas under Health Canada före marknadsföring. Även i EU, där europeiska European Food Safety Authorities, EFSA, arbetar mot harmonisering, har varje land fortfarande sina särskilda regler och riktlinjer som New Nordic måste följa. En god förståelse för de olika nationella reglerna och de lokala myndigheternas administration av reglerna plus dess ständigt föränderliga situation kan verkligen vara en konkurrensfördel i kosttillskottsindustrin.

I EU:s direktiv om kosttillskott från 2002 – krävs att kosttillskott bevisas vara säkra, både i doser och i renhet. Endast de kosttillskott som har visat sig vara säkra kan säljas i EU utan recept.

Som en kategori av livsmedel kan kosttillskott inte märkas med läkemedelsanprisningar, men kan bära hälsopåståenden och näringspåståenden. 2012 genomfördes European Health Claim Directive EC, EC 1924/2006, som för närvarande har en betydande inverkan på marknaden. I juni 2013 offentliggjorde Europeiska kommissionen en positiv lista över tillåtna generiska hälsopåståenden, som i stort sett gör alla krav som inte är på denna lista olagliga såvida inte en tillverkare har fått tillstånd att använda ett produktspecifikt, patentskyddat hälsopåstående.

I Förenta staterna definieras ett kosttillskott enligt Dietary Supplement Health and Education Act of 1994[9] (DSHEA), som en produkt som är avsedd att komplettera kosten. Om ett kosttillskott hävdar att bota, mildra eller behandla en sjukdom, skulle det anses vara ett otillåtet nytt läkemedel och i strid med gällande bestämmelser och stadgar.

Som FDA anger, i ett svar på denna fråga, får företag som marknadsför kosttillskott framställa struktur / funktionskrav om ett givet tillskott i marknadsföringsmaterialet. Dessa är allmänna krav på att produkten kan stödja kroppens struktur eller funktion. FDA måste noteras om dessa påståenden inom 30 dagar efter den första användningen, och det finns ett krav på att dessa påståenden ska styrkas.

I Kanada är alla naturliga hälsoprodukter (NHP) föremål för Natural Health Products Regulations och måste ha en produktlicens innan de kan säljas. För att få en licens måste sökanden ge detaljerad information om produkten till Health Canada, inklusive: medicinska ingredienser, källa, dos, styrka, icke-medicinska ingredienser och rekommenderad användning. När Health Canada har bedömt en produkt och beslutat att den är säker, effektiv och av hög kvalitet, utfärdar den en produktlicens tillsammans med ett åttasiffrigt naturproduktnummer (NPN).

THE POWER OF RECOGNITION

New Nordic måste informera världen om sina fina produkter och hur de är lösningen på individuella behov. Hälsa och skönhetsfrågor är viktiga saker för bolagets konsumenter. New Nordic tar det också allvarligt och deras marknadsföringseffektivitet är avgörande för deras affärsmodell. New Nordic vill behålla marknadsföringskunskapen internt. Därför har bolaget byggt en effektiv in-house kreativ avdelning som kan behärska alla relevanta marknadsföringsdiscipliner.

New Nordic hanterar också allt köp av media internt. Därmed kapar bolaget mellanhänderna och bygger upp en kunskap med en unik fingertoppskänsla av de olika mediernas effektivitet. New Nordics marknadsföring omfattar alla aspekter av modern marknadsföring och varumärkesbyggande.

En typisk annons för Hair Volume™ i en veckotidning.

INTERNATIONELL FÖRSÄLJNING

MARKNADSFÖRINGSBOLAG

New Nordic har egna dotterbolag som marknadsför New Nordics varumärken i:

- Belgien *
- Kanada
- Kina*
- Danmark
- Estland
- Finland
- Frankrike **
- Tyskland och Österrike
- Holland *
- Hong Kong *
- Italien
- Kazakstan
- Lettland
- Litauen
- Luxemburg
- Norge
- Polen
- Sverige
- Schweiz
- Storbritannien
- USA

* New Nordic ansvarig för marknadsföring

** Tillsammans med distributören

DISTRIBUTÖRER

Dessutom marknadsför New Nordic även sina varumärken direkt från Danmark eller Litauen i:

- Armenien
- Belgien
- Bosnien
- Kina
- Frankrike och Monaco
- Georgien
- Holland
- Hong Kong
- Island
- Irland
- Jordanien
- Libanon
- Rumänien
- Slovakien
- Slovenien
- Taiwan
- Vietnam
- Vitryssland

Omsättningen fördelad per geografiskt område omräknat till svenska kronor	2018		2017	
	MSEK	Procent	MSEK	Procent
Norden	160	41	144	42
Övriga Europa	139	35	110	32
Nordamerika	91	23	89	25
Övriga världen	4	1	2	1

NEW NORDICS PRODUKTER

New Nordics produktsortiment riktar sig till mer än 40 olika hälso- och skönhetsbehov. Produkterna kan se olika ut, men alla bär det karakteristiska New Nordic Silvertree-märket. För att uppfylla nationella lagkrav har bolaget mer än 140 olika produktformuleringar. Dessa formuleringar är förpackade för olika språk vilket gör det totala antalet Stock Keeping Units, SKUs till nära 700.

New Nordic har produkter för vitalitet, viktminskning, och skönhet. Vitalitets- och skönhetsprodukterna visar för närvarande den högsta tillväxten.

NEW NORDICS STRATEGI

UTVECKLA ÖRTBASERADE KOSTTILLSKOTT OCH KOSMETIKA FÖR ATT TILLFREDSSTÄLLA SÄRSKILDA HÄLSO- OCH SKÖNHETSBEHOV OCH MARKNADSFÖRA DESSA UNDER KARAKTERISTISKA VARUMÄRKEN TILL ETT VÄXANDE ANTAL KONSUMENTER ÖVER HELA VÄRLDEN. ALLT MED OMTANKE FÖR MÄNNISKOR OCH NATUR

NEW NORDICS PLAN

New Nordic har en plan för hur vi ska leverera starka resultat i framtiden. Planen omfattar att:

- Driva tillväxt internationellt
- Bygga marknadsledarskap
- Öka lönsamheten

Planen fortsätter att definiera hur New Nordic ska ansluta sina varumärke till konsumenterna och göra dem lojala. Planen bygger på följande steg:

1. erbjuda de mest effektiva produkterna och den bästa produktupplevelsen till rätt pris
2. fortsätta vår höga fokus på marknadsföring
3. engagera bolaget ytterligare med nationella och internationella återförsäljare både online och offline

NEW NORDICS FINANSIELLA STRATEGI

Bolaget finansiella strategi är enkel.

1. Bruttomarginal

New Nordic kommer att sträva efter att bibehålla nivån på bruttomarginalen genom produktinnovationer, förbättrad inköp och ökning av skalfördelar, vilket kommer att hålla nere kostnaderna för varor. Samtidigt kommer bolaget att se till att deras försäljningspriser hålls uppe utan att konsumentens pris/värde förhållande förstörs.

2. Omkostnader ner

Stordriftsfördelar och fokus för att förenkla rutiner kommer att minska bolagets allmänna kostnader. Omkostnaderna kommer att hållas nere med en växande försäljning, vilket kommer att medföra reduktion i kostnadsprocenten. Dessutom uppmanas personalen att spara kostnader där det är möjligt.

3. Marknadsinvesteringar

New Nordic kommer fortsätta investera den nuvarande procentsatsen av försäljningen i reklam och annan marknadsföring. Det bästa sättet för både företaget och dess detaljhandelspartners är att allokera så stor del av reklamkostnaderna til konsumentreklam och endast en mindre del till priskampanjer i samarbete med våra detaljhandelspartners. Detta ökar varumärkeskännedomen och ökar trafiken i butiken.

Rörelseresultat

En bra kostnadshantering enligt ovanstående kommer att leda till ett ökat rörelseresultat och generera likvida medel för att investera i ytterligare tillväxt.

STYRELSE OCH REVISORER

KARL KRISTIAN BERGMAN JENSEN FÖDD 1962

Styrelseledamot sedan 2006, samt VD för New Nordic Healthbrands AB. Karl Kristian Bergman Jensen är grundare och huvudägare i New Nordic sedan 1990. Dessförinnan var Karl Kristian Bergman Jensen Internationell Marknadschef och styrelseledamot i Chartex International PLC i England, nu känt som The Female Health Company i USA . Innan dess var Karl Kristian Bergman Jensen Internationell Marknadschef i Farma Food A/S. Karl Kristian Bergman Jensen är även styrelseordförande i Vaccinium Holdings ApS samt Ripamonti Finanz AG.

LENNART SJÖLUND FÖDD 1949

Styrelseledamot sedan 2012. Lennart Sjölunds viktigaste sysselsättningar utöver förordnandet som styrelseledamot i New Nordic är som entreprenör i egna företag inom medicinteknik samt som styrelseledamot i Lagercrantz Group AB, Östanbäck Timmerhus AB, Zarismo AB, Quickcool AB, Erysave AB, EL Invest AB, Kinna EL och Tele AB, Fässbergs EL AB och Parkallen Invest AB. Lennart Sjölund har tidigare varit VD för Jolife AB och Jostra AB samt Vice VD för Åkerlund & Rausing.

MARINUS BLÅBJERG SØRENSEN FÖDD 1951

Styrelseordförande sedan 2006, samt VD för New Nordic Manufacturing ApS. Marinus Blåbjerg Sörensen är grundare och huvudägare i New Nordic. Innan dess var Marinus Blåbjerg Sörensen VD för Danish Natural Foods A/S. Dessförinnan var Marinus Blåbjerg Sörensen Area Manager på Farma Foods A/S, med ansvar för dels den internationella försäljningen och för produktutvecklingen av OTC-läkemedel. Marinus Blåbjerg Sörensen är även styrelseordförande och ägare i Fjord Capital A/S och Blåbjerg-Have ApS.

JESSICA TYREMAN FÖDD 1969

Styrelseledamot sedan 2006. Jessica Tyremans viktigaste sysselsättningar utöver förordnandet som styrelseledamot i New Nordic är som arbetande styrelseordförande i LÄR i Värmdö AB. Jessica Tyreman är även ordförande i RW Bostad AB. Jessica har under de senaste fem åren avslutat uppdrag som styrelseledamot i NewTeq AB.

Styrelseledamöternas och ledningsgruppens kontorsadress är New Nordic Healthbrands AB, Södra Förstadsgatan 3, 211 43 Malmö

Revisor
Ernst & Young AB
Auktoriserad revisor Martin Henriksson, Nordenskiöldgatan 24, 203 14 Malmö. Ernst & Young AB, Martin Henriksson är New Nordics revisor sedan årsstämman 2016. Martin Henriksson är medlem i branschorganisationen för revisorer, "FAR SRS".

AKTIEN

NEW NORDIC - EN UNIK AKTIE

Kosttillskottsmarknaden förväntas växa med en sammansatt årlig tillväxttakt på nästan 10% globalt. En extraordinär investeringsmöjlighet i sig.

För investerare som vill utnyttja denna växande marknadsmöjlighet genom investeringar i börsnoterade aktier i företag i kosttillskottsindustrin är valet av investeringar mycket begränsat.

De flesta aktörer inom branschen är baserade på direktförsäljning eller också utgör deras kosttillskotts-affär bara en mindre del av deras totala verksamhet.

Nästan alla aktörer, där huvudverksamheten är i kosttillskottsindustrin, ägs av equity-bolag eller också är de privatägda. Endast mycket få kosttillskottsföretag i världen är noterade på en börs och tillgängliga för investerare att köpa in sig i. **Ett av dessa sällsynta företag är New Nordic.**

DAGLIG HANDLAT AKTIEPRIS FÖR NEW NORDIC AKTIEN PÅ, NASDAQ STOCKHOLM, FIRST NORTH

AKTIEINFORMATION

ÄGARSTRUKTUR

I tabellen återges New Nordics ägarstruktur per den 28 december 2018. Uppgifterna i tabellen baseras på information från Euroclear Sweden AB.

FIRST NORTH

Aktierna i New Nordic anslöts till First North, Nasdaq OMX, Stockholm i januari 2007 under handelsbeteckningen NNH, ISIS-kod är SE0001838038.

AKTIENS UTVECKLING

Aktien har under 2018 ökat med 70 procent från 40,00 SEK till 68,00 SEK. I förhållande till OMX Stockholm Total (OMXSPI) har aktien ökat med 86 procent under 2018.

BÖRSVÄRDE

Börsvärde 29 december 2017: 248 mSEK
Börsvärde 28 december 2018: 421 mSEK

AKTIEÄGARE PER 28 DECEMBER 2018

Aktieägare	Antal aktier	Ägarandel
Fjord Capital APS*	2 411 000	38.93 %
Banque Pictet & Cie SA, Geneva**	1 559 400	25.17 %
Credit Suisse AG, Zurich**	937 280	15.13 %
Six Sis AG, W8IMY	292 466	4.72 %
CBLDN-French res TR-Client AC	201 995	3.26 %
Knock, Christian	200 000	3.23 %
Nordnet Pensionsförsäkring AB	78 800	1.27 %
Johansson, Lars	76 808	1.24 %
Ahtialansaari, Makro Juhani	50 000	0.81 %
Pershing, LLC, W9	40 250	0.65 %
Summa 10 största ägare	**5 847 999**	94.41 %
Summa övriga	**347 201**	5.59 %
Totalt antal aktier	**6 195 200**	100 %

* 2.411.496 aktier ägs av Fjord Capital ApS, där Marinus Blåbjerg Sørensen är VD och med familj äger 100% privat och via bolag.
** 2.488.000 aktier ägs av Vaccinium Holding ApS, där Karl Kristian Bergman Jensen är VD och äger 62,4 % privat och via bolag. Vaccinium Holding ApSs aktier förvaras av Credit Suisse AG och Banque Pictet & Cie SA. Dessutom äger Karl Kristian Bergman Jensen 7.000 aktier privat och 13 490 aktier genom Leonis Fund SPP - Verbier Fund®

KALLELSE TILL ÅRSSTÄMMA I NEW NORDIC HEALTHBRANDS AB (PUBL)

Aktieägarna i New Nordic Healthbrands AB (publ) kallas härmed till årsstämma.

PLATS: Clarion Hotel & Congress Malmö Live
ADRESS: Dag Hammarskjölds Torg 2, 211 18 Malmö
TID: Torsdagen den 25 april 2019 kl. 10.00

ANMÄLAN

Aktieägare som önskar deltaga i årsstämman skall dels vara införd i den av Euroclear Sweden AB förda aktieboken per onsdagen den 17 april 2019. Dels antingen skriftligen anmäla sitt deltagande till bolaget under adress Södra Förstadsgatan 3, 211 43 Malmö, eller via e-mail, ivan@newnordic.se. Anmälan skall vara bolaget tillhanda senast onsdagen den 17 april 2019 kl. 16.00. Anmälan via e-mail skall bekräftas av New Nordic.

Vid anmälan skall uppges namn, personnummer eller organisationsnummer, adress, telefonnummer samt registrerat aktieinnehav. Ombud samt företrädare för juridisk person ombedes att inge behörighetshandlingar före stämman.

Aktieägare som har sina aktier förvaltarregistrerade måste, för att äga rätt att delta i årsstämman, begära att tillfälligt föras in i aktieboken hos Euroclear Sweden AB under eget namn. Sådan registrering måste vara verkställd onsdagen den 17 april 2019. Detta innebär att aktieägare i god tid före denna dag måste meddela sin önskan härom till förvaltaren.

FÖRSLAG TILL DAGORDNING

1. Årsstämman öppnas
2. Val av ordförande vid stämman
3. Upprättande och godkännande av röstlängd
4. Godkännande av dagordning
5. Val av en eller två justeringsmän
6. Prövning av om stämman blivit behörigen sammankallad
7. Anförande av verkställande direktören
8. Framläggande av årsredovisningen, revisionsberättelsen samt koncernredovisningen och koncernrevisionsberättelsen
9. Beslut om fastställande av resultaträkningen, balansräkningen samt koncernresultaträkningen och koncernbalansräkningen
10. Beslut om disposition beträffande bolagets resultat enligt den fastställda balansräkningen
11. Beslut om ansvarsfrihet för styrelseledamöterna och verkställande direktören
12. Fastställande av arvoden åt

styrelsen och revisor

13. Val av styrelseledamöter

14. Val av revisor

15. Bemyndigande för styrelsen att fatta beslut om ökning av aktiekapitalet genom nyemission, utgivande av konvertibler och utgivande av teckningsoptioner

16. Bemyndigande för styrelsen eller den styrelsen utser att vidta de formella ändringarna i besluten i punkten 15 som kan komma att visa sig erforderligt i samband med registrering hos Bolagsverket

17. Årsstämman avslutas

BESLUTSFÖRSLAG

Punkten 10 – Förslag till utdelning
Styrelsen föreslår att utdelningen för räkenskapsåret 2018 fastställs till 1,50 kronor per aktie samt att avstämningsdag för utdelning skall vara den 29 april 2019. Utbetalning genom Euroclear Sweden AB beräknas kunna ske den 3 maj 2019.

Punkterna 12, 13 och 14 – Arvoden åt
Arvoden åt styrelsen och revisor samt val av styrelseledamöter och revisor
Styrelsearvodet föreslås utgöra 240 000 kronor att fördela med 0 kronor till styrelsens ordförande, 0 kronor till Karl Kristian Bergman Jensen och med 120 000 kronor vardera till övriga två styrelseledamöter samt att ersättning till revisor skall utgå med skäligt belopp enligt godkänd räkning.

Styrelsen föreslås bestå av fyra ordinarie ledamöter utan suppleanter.
Omval föreslås av ordinarie ledamöterna Jessica Tyreman, Lennart Sjölund, Marinus Blaabjerg Sörensen samt Karl Kristian Bergman Jensen. Till styrelsens ordförande föreslås Marinus Blaabjerg Sörensen.

Omval föreslås av Ernst & Young AB som revisor.

Punkt 15 – Beslut om bemyndigande
Styrelsen föreslås få bemyndigande att, under tiden fram till nästa årsstämma, vid ett eller flera tillfällen, fatta beslut om nyemission av aktier, eller emission av konvertibla skuldebrev eller emission av teckningsoptioner. Genom beslut med stöd av bemyndigandet skall antalet aktier kunna ökas med sammanlagt högst 1.500.000 st, motsvarande en total höjning av aktiekapitalet med högst 1.500.000 kr. Bemyndigandet skall även innefatta rätt att besluta om nyemission eller emission av konvertibler eller emission av teckningsoptioner med bestämmelse om apport eller kvittningsrätt eller eljest med villkor som avses i 13 kap. 5 § första stycket 6 eller 14 kap. 5 § första stycket 6, eller 15 kap. 5 § första stycket 4 aktiebolagslagen. Emissionerna skall enligt styrelsens beslut kunna ske med avvikelse från aktieägarnas företrädesrätt. Avvikelsen skall kunna möjliggöra kapitalanskaffning i samband med den fortsatta satsningen inom Bolagets verksamhetsområde inkluderat företagsförvärv. Emissionskursen skall fastställas på marknadsmässiga villkor som allmänt tillämpas vid liknande slag av emissioner.

Tillgängliga handlingar
Redovisningshandlingar, revisionsberättelse och styrelsens fullständiga förslag till beslut samt övriga enligt aktiebolagslagen erforderliga handlingar kommer att finnas tillgängliga på bolagets kontor i Malmö från och med den 28 mars 2019 och sänds till aktieägare som så begär och uppger sin postadress.

Malmö i mars 2019
Styrelsen
New Nordic Healthbrands AB (publ)

2018
ÅRS- OCH KONCERNREDOVISNING

New Nordic Healthbrands AB (publ)
Org. nr. 556698-0453

FÖRVALTNINGSBERÄTTELSE

Styrelsen och verkställande direktören i New Nordic Healthbrands AB (publ) avger härmed årsredovisning och koncernredovisning för räkenskapsåret 2018. New Nordic Healthbrands AB är ett publikt aktiebolag, med säte i Malmö, Sverige. Huvudkontoret har besöksadress, Södra Förstadsgatan 3, 211 43 Malmö. Bolagets aktie är noterad på First North, Stockholm.

ALLMÄNT OM VERKSAMHETEN

New Nordic bedriver verksamhet inom kosttillskott, naturläkemedel och närliggande egenvårdsprodukter. Den huvudsakliga försäljningen sker internationellt. Antingen genom egna nationella försäljnings- och marknadsföringsföretag eller genom välrenommerade distributörer. New Nordics produkter distribueras huvudsakligen på apotek, i hälsobutiker samt via företagets egen online-butik i 37 länder runt om i världen. Koncernstrukturen framgår av not 18.

HÄNDELSER UNDER RÄKENSKAPSÅRET

Under 2018 fokuserade New Nordic på genomförandet av dess strategi. Bolaget ökade marknadsföringskostnaderna för att ytterligare stärka dess internationella varumärken. Resultatet blev att försäljningen ökade med 14 procent till 394 miljoner SEK. Företaget har ökat sin försäljning av New Nordic produkter i de flesta av de 37 marknader där dess produkter nu säljs.

Bruttomarginalen ökade till 70,5 procent från 67,4 procent. Försäljnings- och administrationskostnader ökade med 19,0 procent varav den största kostnadsökningen var relaterad till högre marknadsföringskostnader.

EBITDA-marginalen ökade till 8,9 procent uppgående till 34,9 miljoner SEK. Företaget har ett lågt bokfört värde av materiella och immateriella tillgångar och har relativt liten skuld, vilket resulterar i låga kostnader för avskrivning och ränta.

Rörelseresultatet uppgick till 34,2 miljoner SEK. Bolagets vinst efter skatt uppgick till 26,5 miljoner SEK vilket är 6,7 procent av omsättningen. Avkastningen på eget kapital var 33,1 procent. Resultatet per aktie uppgick till 4,28 SEK.

Försäljningen i moderbolaget ökade med 21,8 procent och uppgick til 148,6 miljoner SEK. Moderbolagets vinst efter skatt uppgick till 12,0 miljoner SEK. Moderbolagets egna kapital uppgick till 68,2 miljoner SEK vid årets utgång.

ÄGARFÖRHÅLLANDE

Aktiekapitalet i New Nordic Healthbrands AB (publ) utgjordes av 6 195 200 aktier, vid årets slut. Bolaget har inga egna aktier. Bolagsordningen innehåller inga begränsningar i aktiernas överlåtbarhet. Ägare med mer än 10% av aktiekapitalet i bolaget per den 31 december 2018: Fjord Capital ApS 38,93% (ägs av Marinus Blåbjerg Sørensen med familj direkt och via bolag), Vaccinium Holding ApS äger 40.16% av aktiekapitalet i bolaget. Vaccinium Holding ApSs aktier innehålls i Credit Suisses och Banque Pictet & Cie AGs aktiebehållning. Karl Kristian Bergman Jensen är VD och äger 62,4% av Vaccinium Holding ApS privat och via bolag.

FÖRSÄLJNING OCH MARKNAD

Vid årsskiftet hade New Nordic egna försäljningsbolag i Danmark, England, Estland, Finland, Frankrike, Holland, Hong Kong, Italien, Kanada, Kazakstan, Lettland, Litauen, Norge, Polen, Sverige, Schweiz, Tyskland och USA. Försäljningsbolagen i Estland, Lettland och Kazakstan är filialer till UAB New Nordic i Litauen. Därutöver kontrollerar och finansierar New Nordic marknadsföringen i Belgien, Georgien, Holland, Luxemburg, Rumänien och delvis i Frankrike. Dessutom har bolaget distributörer i Armenien, Azerbajdzjan, Belgien, Frankrike, Georgien, Holland, Hong Kong, Irland, Island, Jordanien, Kina, Libanon, Luxemburg, Moldavien, Slovakien, Slovenien, Taiwan, Vietnam och Vitryssland. New Nordic har också passiva dotterbolag i Australien, Spanien och Mexico.

MARKNADSFÖRING

New Nordic marknadsför bolagets varumärken till konsument och så kallade "health care professionals". I marknadsföringen används alla relevanta media i kombination, (Vecko- och dagspressannonsering, tv, radio, utomhusreklam, butiksmaterial och elektronisk reklam på sociala media).

FINANSIELL STÄLLNING

Vid årets slut hade New Nordic 14,4 miljoner SEK i likvida medel och en soliditet på 49,3%. Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till 17,9 miljoner SEK, från investeringsverksamheten -0,5 miljoner SEK och från finansieringsverksamheten -12,0 miljoner SEK.

ORGANISATION

Bolaget hade vid årets utgång 51 anställda inklusive ledning (41), varav 13 är män (13) och 38 är kvinnor (28). Det finns 22 (22) nationaliteter anställda inom koncernen.

PRODUKTUTVECKLING

New Nordics produktutveckling omfattar litteraturforskning, råvaruforskning, biotillgänglighetsstudier, analyser, kliniska undersökningar, marknadsundersökningar, design och emballageutveckling, samt registrering av produkter på nya marknader. Under året har koncernen lagt mindre än 1 procent av omsättningen på forskning och produktutveckling. Utgifter för produktutveckling som hänförs till större projekt aktiveras. (se sidan 42, redovisningsprinciper Anläggningstillgångar).

UTSIKTER FÖR 2019

New Nordic förväntar tillväxt i försäljning och resultat på alla marknader där bolaget har egen organisation. New Nordic har tydligt prioriterat produktkategorier och marknader där bolaget kommer att fokusera för att driva tillväxten mest under 2019. Bolaget förväntar dessutom att ingå distributionsavtal på nya marknader under året. Företaget planerar att all tillväxt ska ske organiskt och planerar inte några förvärv under 2019. Lanseringar i nya hälsokategorier planeras också för 2019.

FLERÅRSÖVERSIKT NYCKELTAL

Koncernen	**2018**	**2017**	**2016**	**2015**	**2014**
Nettoomsättning	393.708	344.739	305.842	298.485	271.949
Resultat efter finansiella poster	34.119	27.115	12.523	14.240	16.525
Balansomslutning	162.647	138.818	127.592	125.235	100.662
Soliditet	49.3%	43.8%	33.7%	28.6%	24.9%
Antalet anställda vid periodens slut	51	41	42	44	38

Moderbolaget	**2018**	**2017**	**2016**	**2015**	**2014**
Nettoomsättning	148.586	122.027	111.165	111.734	107.150
Resultat efter finansiella poster	17.077	4.988	- 229	9.017	17.334
Balansomslutning	107.764	104.390	116.922	117.089	101.229
Soliditet	69.1%	64.4%	57.2%	58.6%	59.3%
Antalet anställda vid periodens slut	3	3	3	3	3

UTDELNINGSPOLICY

Styrelsen har beslutat att föreslå aktieägarna att på årsstämman den 25 april 2019 besluta om vinstutdelning med 1,50 kronor per aktie till ett sammanlagt belopp om 9 292 800 kronor. Som avstämningsdag för erhållande av utdelning föreslår styrelsen den 29 april 2019. Utbetalningen av utdelningen beräknas ske genom Euroclear Sweden AB den 3 maj 2019.

Styrelsens yttrande över förslaget till vinstutdelning har upprättats i enlighet med 18 kap 4 § i aktiebolagslagen och till vad som anges i 17 kap 3 § andra och tredje styckena i aktiebolagslagen.

Målet för New Nordic i finansiella termer är att möjliggöra en fortsatt god tillväxt av verksamheten samt att ha en beredskap att ta tillvara affärsmöjligheter. Det är angeläget att expansionen kan ske med fortsatt hög finansiell styrka och fortsatt handlingsfrihet.

Styrelsen för New Nordic Healthbrands AB har mot denna bakgrund fastlagt en utdelningspolicy vilken innebär att utdelningsandelen bör motsvara 30-40 procent av koncernens vinst efter skatt. Därutöver kan styrelsen föreslå att eventuell överskottslikviditet också delas ut.

FÖRSLAG TILL RESULTATDISPOSITION

Moderbolaget
Till årsstämmans förfogande står följande medel

Överkursfond	49 847 516 SEK
Balanserat resultat	154 620 SEK
Årets vinst	12 036 465 SEK
Styrelsen föreslår att till aktieägare utdelas 1,50 kr per aktie	9 292 800 SEK
i ny räkning balanseras	52 745 801 SEK
	62 038 601 SEK

I enlighet med 18 kap.4§ ABL får styrelsen härmed yttra sig enligt följande om huruvida den föreslagna utdelningen är försvarlig med hänsyn till 17 kap. 3§ andra och tredje styckena ABL.

Styrelsen gör bedömningen att efter överföringen finns full täckning för bolagets bundna egna kapital samt att hänsyn tagits till de krav som verksamhetens art, omfattning och risker ställer på storleken av det egna kapitalet, och bolagets konsolideringsbehov, likviditet och ställning i övrigt.

Denna årsredovisning har godkänts av styrelsen den 28 mars 2019. Årsredovisningen skall föreläggas årsstämman i Malmö den 25 april 2019.

Beträffande moderbolagets och koncernens resultat och ställning i övrigt hänvisas till följande resultat- och balansräkningar, kassaflödesanalyser samt tilläggsupplysningar. Alla belopp uttrycks i tusental svenska kronor där ej annat anges.

RISKFAKTORER

KONJUNKTUR

Efterfrågan på New Nordics produkter påverkas, liksom de flesta konsumentvaror, av förändringar i det allmänna konjunkturläget. Försäljningen av egenvårdsprodukter anses av tradition ha en låg konjunkturkänslighet.

LIKVIDITET

Bolaget räknar med att kassaflödet från verksamheten kommer att öka likviditeten under 2019.

LEVERANTÖRER

New Nordics produkter består av råvaror och substanser från flera olika leverantörer. För att New Nordics distributörer skall kunna sälja och leverera New Nordics produkter är koncernen beroende av att leveranser från tredje man lever upp till överenskomna krav vad gäller t ex mängd, kvalitet och leveranstid. Felaktiga eller uteblivna leveranser från leverantörer kan innebära att New Nordics leveranser i sin tur försenas, vilket i det korta perspektivet kan innebära minskad försäljning. Även om New Nordic således ej kan utöva full kontroll över dessa varor är det koncernens bedömning att ingen enskild leverantör är unik, varför ett avbrott i leveranser ej behöver innebära långsiktiga konsekvenser för verksamheten.

KVALIFICERADE MEDARBETARE

Koncernens förmåga att attrahera och behålla kvalificerad personal är av avgörande betydelse för dess framtida framgångar.

Om nyckelpersoner lämnar New Nordic kan det, åtminstone kortsiktigt, få en negativ inverkan på verksamheten. Även om ledningen anser att koncernen kommer att kunna såväl attrahera som behålla kvalificerad personal, kan det inte garanteras att detta kommer att kunna ske på tillfredsställande villkor gentemot den konkurrens som finns från andra bolag i branschen eller närstående branscher.

MYNDIGHETER OCH TILLSTÅND

New Nordics produkter omfattas till stor del direkt eller indirekt av lagstiftning om läkemedel eller livsmedel. Förändringar i lagstiftningen för läkemedel eller myndighetsbeslut avseende kosttillskott/naturläkemedel kan få betydelse för New Nordics möjlighet att marknadsföra eller sälja vissa produkter eller produktkategorier.

DOTTERBOLAG

Det finns en risk att dotterbolagen inte marknadsför bolagets produkter i enlighet med lokalt gällande lagstiftning och regler, vilket medför risk för böter och indragning av marknadsföringstillstånd. Dessutom finns det en kommersiell risk avseende hur bolagets produkter tas emot på marknaden och hur de klarar sig gentemot konkurrerande produkter.

FÖRVÄRV

Även om New Nordic inte planerar förvärv av bolag under 2019, så kan det inte uteslutas att New Nordic förvärvar bolag, rörelser samt olika immateriella rättigheter. Då finns risker för felbedömningar vid förvärvstillfället samt potentiella risker då de nya verksamheterna ska integreras i den befintliga rörelsen.

FINANSIERING

New Nordics verksamhet kan framöver komma att behöva tillskott av finansiella resurser för att uppnå strategiska mål. Detta kan medföra att ytterligare ägarkapital kan komma att krävas för att New Nordic skall kunna utvecklas på bästa sätt. Koncernens möjlighet att tillgodose framtida kapitalbehov är i hög grad beroende av försäljningsframgångar för sina produkter. Det finns ingen garanti för att New Nordic kommer att kunna anskaffa nödvändigt kapital även om utvecklingen i sig är positiv. Härvid är även det allmänna marknadsläget för tillförsel av riskkapital av stor betydelse.

VALUTARISKER

Merparten av New Nordics produkter marknadsförs och säljs på olika geografiska marknader med fakturering och inköp i lokala valutor. Fluktuationer mellan dessa valutor kan i framtiden komma att innebära negativ påverkan på New Nordics resultat och finansiella ställning. För närvarande valutasäkras inte denna typ av valutarisk.

KONCERNENS RESULTATRÄKNING

(kSEK)	Not	2018	2017
Rörelsens intäkter			
Nettoomsättning	1	393 708	344 739
		393 708	344 739
Rörelsens kostnader			
Handelsvaror		-116 198	-112 470
Övriga externa kostnader	2	-202 049	-168 432
Personalkostnader	3	-40 570	-35 382
Avskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar	4	-668	-801
		-359 485	**-317 085**
Rörelseresultat		**34 223**	**27 654**
Resultat från finansiella investeringar	5		
Ränteintäkter och liknande resultatposter	6	236	80
Räntekostnader och liknande resultatposter	7	-340	-619
		-104	**-539**
Resultat efter finansiella poster		**34 119**	**27 115**
Skatt på årets resultat	8	-7 596	-6 818
Årets resultat		**26 523**	**20 297**
Hänförligt till moderföretagets aktieägare		26 523	20 297
Resultat per aktie*		4,28	3,28
Antal aktier	9	6 195 200	6 195 200

** Ingen utspädningseffekt*

KONCERNENS BALANSRÄKNING

(kSEK)	Not	2018	2017
TILLGÅNGAR			
Anläggningstillgångar			
Immateriella anläggningstillgångar			
Varumärke	10	0	0
Balanserade utgifter för utvecklingsarbeten	10	9	37
		9	**37**
Materiella anläggningstillgångar			
Inventarier	11	1 282	1 239
		1 282	**1 239**
Finansiella anläggningstillgångar			
Uppskjuten skattefordran	12	3 761	3 624
Andra långfristiga fordringar	13	587	700
		4 348	**4 324**
Summa anläggningstillgångar		**5 639**	**5 600**
Omsättningstillgångar			
Varulager m.m.			
Råvaror och förnödenheter		22 800	19 682
Färdiga varor och handelsvaror		42 326	31 235
		65 126	**50 917**
Kortfristiga fordringar			
Kundfordringar		63 310	61 335
Övriga fordringar		10 178	8 673
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	14	4 008	3 235
		77 496	**73 243**
Kassa och bank		**14 386**	**9 058**
Summa omsättningstillgångar		**157 008**	**133 218**
SUMMA TILLGÅNGAR		**162 647**	**138 818**

(kSEK)	Not	2018	2017
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Eget kapital	15		
Aktiekapital		6 195	6 195
Annat eget kapital inklusive årets resultat		74 018	54 615
Eget kapital hänförligt till moderföretagets aktieägare		**80 213**	**60 810**
Avsättningar			
Uppskjuten skatteskuld	12	2 558	2 040
		2 558	**2 040**
Långfristiga skulder			
Övriga skulder		1 149	1 363
		1 149	**1 363**
Kortfristiga skulder			
Checkräkningskredit	16	2 657	7 292
Leverantörsskulder		48 180	45 751
Aktuella skatteskulder		3 536	1 538
Övriga skulder		14 721	13 199
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	17	9 633	6 825
		78 727	**74 605**
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		**162 647**	**138 818**

RAPPORT ÖVER FÖRÄNDRING I KONCERNENS EGNA KAPITAL

Koncernen 2017 (kSEK)	**Aktiekapital**	**Annat eget kapital inkl. årets resultat**	**Totalt**
Belopp vid årets ingång	**6 195**	**36 784**	**42 979**
Utdelning	0	-2 478	-2 478
Omräkningsdifferens	0	12	12
Årets resultat	0	20 297	20 297
Belopp vid årets utgång	**6 195**	**54 615**	**60 810**

Koncernen 2018 (kSEK)	**Aktiekapital**	**Annat eget kapital inkl. årets resultat**	**Totalt**
Utdelning	0	-7 124	-7 124
Omräkningsdifferens	0	4	4
Årets resultat	0	26 523	26 523
Belopp vid årets utgång	**6 195**	**74 018**	**80 213**

KONCERNENS KASSAFLÖDESANALYS

(kSEK)	2018	2017
DEN LÖPANDE VERKSAMHETEN		
Rörelseresultat	34 223	27 654
Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet		
Avskrivningar och nedskrivningar	668	801
Övriga justeringar	21	-57
	34 912	**28 398**
Erhållen ränta	8	0
Erlagd ränta	-340	-619
Betald inkomstskatt	-4 743	-4 637
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital	**29 837**	**23 142**
Förändringar i rörelsekapital		
Förändring av varulager	-14 209	709
Förändring av fordringar	-4 765	-12 741
Förändring av kortfristiga skulder	6 989	15 310
Kassaflöde från den löpande verksamheten	**17 852**	**26 420**
INVESTERINGSVERKSAMHETEN		
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-880	-202
Försäljning inventarier	231	99
Förändring långfristiga fordringar	113	91
Kassaflöde från investeringsverksamheten	**-536**	**-12**
FINANSIERINGSVERKSAMHETEN		
Utdelning	-7 124	-2 478
Förändring långfristiga skulder	-214	45
Förändring av checkräkningskredit	-4 635	-21 729
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	**-11 973**	**-24 162**
Årets kassaflöde	**5 343**	**2 246**
Likvida medel vid årets början	**9 058**	**6 864**
Omräkningsdifferens likvida medel	**-15**	**-52**
Likvida medel vid årets slut	**14 386**	**9 058**

MODERBOLAGETS RESULTATRÄKNING

(kSEK)	Not	2018	2017
Rörelsens intäkter			
Nettoomsättning	1	148 586	122 027
Övriga rörelseintäkter		0	31
		148 586	**122 058**
Rörelsens kostnader			
Handelsvaror		-97 858	-83 592
Övriga externa kostnader	2	-35 445	-25 554
Personalkostnader	3	-3 743	-3 536
Avskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar	4	-62	-191
		-137 108	**-112 873**
Rörelseresultat	5	**11 478**	**9 185**
Resultat från finansiella investeringar			
Resultat från andelar i koncernföretag	6	5 447	1 000
Ränteintäkter och liknande resultatposter	6	307	260
Resultat från fordringar som är anläggningstillgångar	6	0	-5 000
Räntekostnader och liknande resultatposter	7	-155	-457
		5 599	**-4 197**
Resultat efter finansiella poster		**17 077**	**4 988**
Bokslutsdispositioner			
Förändring periodiseringsfond		-3 000	-2 400
Skatt på årets resultat	8	-2 041	-1 663
ÅRETS RESULTAT		**12 036**	**925**

MODERBOLAGETS BALANSRÄKNING

(kSEK)	Not	2018	2017
TILLGÅNGAR			
Anläggningstillgångar			
Immateriella anläggningstillgångar			
Varumärke	10	0	0
Balanserade utgifter för utvecklingsarbeten	10	9	34
		9	**34**
Materiella anläggningstillgångar			
Inventarier	11	2	7
		2	**7**
Finansiella anläggningstillgångar			
Andelar i koncernföretag	18	29 161	29 161
Fordringar hos koncernföretag	19	5 812	8 803
Andra långfristiga fordringar	13	477	49
		35 450	**38 013**
Summa anläggningstillgångar		**35 461**	**38 054**
Omsättningstillgångar			
Varulager			
Råvaror och förnödenheter		22 701	19 674
Färdiga varor och handelsvaror		15 210	13 854
		37 911	**33 528**
Kortfristiga fordringar			
Kundfordringar		942	271
Fordringar hos koncernföretag		31 989	30 808
Övriga fordringar		666	833
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	14	791	892
		34 388	**32 804**
Kassa och bank		**4**	**4**
Summa omsättningstillgångar		**72 303**	**66 336**
SUMMA TILLGÅNGAR		**107 764**	**104 390**

(kSEK)	Not	2018	2017
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Eget kapital	15		
Bundet eget kapital		6 195	6 195
Aktiekapital		**6 195**	**6 195**
Fritt eget kapital			
Överkursfond		49 848	49 848
Balanserat resultat		155	6 354
Årets resultat		12 036	925
		62 039	**57 127**
Summa eget kapital		**68 234**	**63 322**
Obeskattade reserver		**7 982**	**4 982**
Kortfristiga skulder			
Checkräkningskredit	16	831	4 491
Leverantörsskulder		17 920	19 911
Skulder till koncernföretag		10 765	10 225
Aktuella skatteskulder		690	312
Övriga skulder		175	186
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	17	1 167	961
		31 548	**36 086**
Summa eget kapital och skulder		**107 764**	**104 390**

RAPPORT ÖVER FÖRÄNDRING I MODERBOLAGETS EGNA KAPITAL

Moderbolaget 2017 (kSEK)	**Aktiekapital**	**Överkursfond**	**Balanserat resultat**	**Årets resultat**	**Totalt**
Belopp vid årets ingång	**6 195**	**49 848**	**8 822**	**10**	**64 875**
Föregående års resultat	0	0	10	-10	0
Utdelning	0	0	-2 478	0	-2 478
Årets resultat	0	0	0	925	925
Belopp vid årets utgång	**6 195**	**49 848**	**6 354**	**925**	**63 322**

Moderbolaget 2018 (kSEK)	**Aktiekapital**	**Överkursfond**	**Balanserat resultat**	**Årets resultat**	**Totalt**
Föregående års resultat	0	0	925	-925	0
Utdelning	0	0	-7 124	0	-7 124
Årets resultat	0	0	0	12 036	12 036
Belopp vid årets utgång	**6 195**	**49 848**	**155**	**12 036**	**68 234**

MODERBOLAGETS KASSAFLÖDESANALYS

(kSEK)	Not	2018	2017
DEN LÖPANDE VERKSAMHETEN			
Rörelseresultat		11 478	9 185
Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet			
Avskrivningar och nedskrivningar		62	191
		11 540	**9 376**
Utdelning från koncernföretag		5 447	1 000
Erhållen ränta		307	260
Erlagd ränta		-155	-457
Betald inkomstskatt		-1 663	-1 351
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital		**15 476**	**8 828**
Förändringar i rörelsekapital:			
Förändring av varulager		-4 383	-3 288
Förändring av fordringar		-1 584	6 206
Förändring av kortfristiga skulder		-1 256	5 184
Kassaflöde från den löpande verksamheten		**8 253**	**16 930**
INVESTERINGSVERKSAMHETEN			
Förvärv av materiella anläggningstillgångar		-32	0
Kassaflöde från investeringsverksamheten		**-32**	**0**
FINANSIERINGSVERKSAMHETEN			
Utdelning		-7 124	-2 478
Förändring långfristiga fordringar		2 563	4 422
Förändring av checkräkningskredit		-3 660	-18 875
Kassaflöde från finansieringsverksamheten		**-8 221**	**-16 931**
Årets kassaflöde		**0**	**-1**
Likvida medel vid årets början		**4**	**5**
Likvida medel vid årets slut		**4**	**4**

REDOVISNINGS- OCH VÄRDERINGSPRINCIPER

ALLMÄNT
Koncernens och moderbolagets årsredovisning har upprättats enligt årsredovisningslagen (1995:1554) och BFNAR 2012:1 Årsredovisning och koncernredovisning (K3).

KONCERNREDOVISNING
Koncernredovisningen omfattar moderbolaget, dotterföretag i vilket moderbolaget direkt och indirekt äger aktier motsvarande mer än 50 % av rösterna eller har ett bestämmande inflytande.

Koncernredovisningen har upprättats enligt förvärvsmetoden. Det innebär att förvärvade dotterföretags tillgångar och skulder upptagits till marknadsvärde, vilket legat till grund för värderingen av aktierna vid apportemissionen som genomfördes i februari 2006. Skillnaden mellan köpeskillingen och de förvärvade företagens eget kapital redovisas som värdet på varumärket BioDrain. Koncernens eget kapital omfattar moderbolagets eget kapital och den del av dotterbolagens eget kapital som tillkommit efter det att dessa bolag förvärvats.

Moderbolaget registrerades 2006-02-03 och koncernen bildades 2006-02-15 genom apportemission. Apportegendomen, skulder och fordringar i dotterföretagen tillfördes moderbolaget med ekonomisk verkan från 2006-01-01.

I koncernredovisningen faller koncernföretagens bokslutsdispositioner bort och ingår i det redovisade resultatet efter avdrag för uppskjuten skatt. Detta innebär att koncernföretagens obeskattade reserver i koncernens balansräkning fördelas mellan uppskjuten skatteskuld och eget kapital.

Utöver vad som framgår om bokslutsdispositioner och obeskattade reserver så överensstämmer samtliga i koncernredovisningen tillämpade redovisnings- och värderingsprinciper med de som tillämpas av moderbolaget.

SEGMENTSREDOVISNING
New Nordic bedriver hela sin verksamhet inom en rörelsegren, försäljning av kosttillskott, naturläkemedel och närliggande egenvårdsprodukter. Detta är därmed koncernens enda primära segment. Sekundär indelningsgrund är geografiska områden. Se not 1.

INTÄKTER
New Nordics intäkter är i allt väsentligt försäljning av produkter. Intäkter har upptagits till verkligt värde av vad som erhållits eller kommer att erhållas. Intäktsredovisningen sker i takt med att väsentliga risker och förmåner som är förknippade med företagets varor överförs till köparen.

Räntor: Ränteintäkter redovisas i takt med att de intjänas. Utdelningar: Intäkterna redovisas i resultaträkningen när aktieägarnas rätt att erhålla utbetalningen fastställts.

KLASSIFICERING
Anläggningstillgångar, långfristiga skulder och avsättningar består i allt väsentligt enbart av belopp som förväntas återvinnas eller betalas efter mer än tolv månader räknat från balansdagen. Omsättningstillgångar och kortfristiga skulder består i allt väsentligt enbart av belopp som förväntas återvinnas eller betalas inom tolv månader från balansdagen.

FORDRINGAR, SKULDER OCH AVSÄTTNINGAR
Om inget annat anges värderas kortfristiga fordringar till det lägsta av dess anskaffningsvärde och det belopp varmed de beräknas bli reglerade. Långfristiga fordringar och långfristiga skulder värderas efter det första värderingstillfället till upplupet anskaffningsvärde. Övriga skulder och avsättningar värderas till de belopp varmed de beräknas bli reglerade. Övriga tillgångar redovisas till anskaffningsvärde om inget annat anges.

ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR
Materiella och immateriella anläggningstillgångar värderas till anskaffningsvärde med avdrag för ackumulerade avskrivningar och eventuella nedskrivningar. Finansiella anläggningstillgångar värderas till det lägsta av anskaffningsvärde och verkligt värde.

Utgifter för produktutveckling, som omfattar litteraturforskning, råvaruforskning, biotillgänglighetsstudier, analyser, kliniska undersökningar, marknadsundersökningar, design- och emballageutveckling, konsumentundersökningar och framtagning av marknadsföringskoncept redovisas som kostnad när de uppstår. Utgifter för produktutveckling som är hänförbara till ett enskilt projekt redovisas som tillgång i balansräkningen (Balanserade utgifter för utvecklingsarbeten) när det finns skäl att anta att beloppet kommer att kunna återvinnas i framtiden. Det redovisade värdet på Balanserade utgifter för utvecklingsarbeten, som redovisas som tillgång i balansräkningen, prövas årligen med avseende på eventuellt nedskrivningsbehov så länge tillgången ännu inte tagits i bruk och därefter, då händelser eller förändrade förutsättningar indikerar att det redovisade värdet eventuellt inte kommer att kunna återvinnas. Avskrivningar görs systematiskt över anläggningstillgångarnas förväntade nyttjandeperiod och påbörjas när tillgången är tagen i kommersiellt bruk.

Balanserade utgifter för utvecklingsarbeten skrivs av under den period då försäljning som sammanhänger med projektet förväntas ske. Varumärken skrivs av under tio år. Det är New Nordics uppfattning att den ekonomiska livslängden för koncernens varumärken i vart fall inte understiger tio år.

AVSKRIVNINGSTIDER
Varumärke 10 år
Balanserade utgifter för utvecklingsarbeten 10 år
Inventarier och bilar 3-7 år

LEASING
Leasingavtal där, i allt väsentligt, alla risker och fördelar som förknippas med ägandet faller på uthyraren klassificeras som operationella leasingavtal. Leasingavgifter avseende operationella leasingavtal redovisas som kostnad i resultaträkningen och fördelas linjärt över avtalets löptid. Finansiella leasingavtal avseende tjänstebilar med mera redovisas som en operationell leasing då de är av oväsentlig karaktär.

VARULAGER
Koncernens varulager har redovisats efter avdrag för internvinster. Varulagret värderas enligt lägsta värdets princip och först in - först ut (FIFO) metoden. Detta innebär att varulagret tas upp till det lägsta av anskaffningsvärdet enligt FIFO- metoden och verkligt värde.

LIKVIDA MEDEL
Likvida medel består av kassamedel samt omedelbart tillgängliga tillgodohavanden hos banker.

SKATT INKLUSIVE UPPSKJUTEN SKATT
Skatter redovisas i resultaträkningen utom då underliggande transaktion redovisas direkt mot eget kapital varvid tillhörande skatteeffekt redovisas i eget kapital.

Aktuell skatt är skatt som ska betalas eller erhållas avseende aktuellt år. Hit hör även justering av aktuell skatt hänförlig till tidigare perioder.

Uppskjuten skatteskuld redovisas i enlighet med balansräkningsmetoden, innebärande att uppskjuten skattesluld beräknas, med nedan angivna undantag, för balansdagens samtliga identifierade, temporära skillnader mellan å ena sidan tillgångarnas eller skuldernas skattemässiga värden och å andra sidan deras redovisade värden.

Temporära skillnader i form av obeskattade reserver redovisas inklusive uppskjuten skatteskuld under rubriken obeskattade reserver. I koncernredovisningen delas obeskattade reserver upp på uppskjuten skatteskuld och eget kapital.

Uppskjutna skattefordringar redovisas för alla avdragsgilla temporära skillnader och outnyttjade underskottsavdrag, i den utsträckning det är sannolikt att framtida skattepliktiga vinster kommer att finnas tillgängliga och mot vilka de temporära skillnaderna eller outnyttjade underskottsavdragen kan komma att utnyttjas.

De uppskjutna skattefordringarnas redovisade värden prövas vid varje balansdag. I de fall man inte med tillräckligt stor säkerhet bedömt att underskotten kan komma att utnyttjas mot kommande vinster inom överblickbar tid, har inte dessa aktiverats. Underskottsavdrag uppkomna i Ryssland, Schweiz, Hong Kong, Spanien, Turkiet

och Mexico har ej aktiverats.

Uppskjutna skattefordringar och skatteskulder beräknas med hjälp av de skattesatser som förväntas gälla för den period då fordringarna avräknas eller skulderna regleras, baserat på de skattesatser (och den skattelagstiftning) som föreligger eller i praktiken föreligger på balansdagen.

ERSÄTTNINGAR TILL ANSTÄLLDA
De anställdas ersättningar har redovisats med utbetalda löner. Fulla reserveringar har gjorts för intjänad semester, eventuell bonus, sociala avgifter och övriga åtaganden.

PENSIONER
Betalning för pensioner har gjorts enligt olika pensionsplaner enligt normalt gällande regler för respektive land. I Sverige omfattas de anställda av den sk ITP-planen.

FORDRINGAR OCH SKULDER I UTLÄNDSK VALUTA
Fordringar och skulder i utländsk valuta har omräknats till balansdagens kurs. Kursvinster och kursförluster på rörelsens fordringar och skulder tillförs rörelseresultatet. Vinster och förluster på finansiella fordringar och skulder redovisas som finansiella poster.

OMRÄKNING AV UTLÄNDSKA DOTTERFÖRETAG
Omräkning av utländska dotterföretags resultat- och balansräkningar sker enligt dagskursmetoden. Detta innebär att tillgångar och skulder omräknas till balansdagens kurser samt att resultaträkningarna omräknas till genomsnittskurs under räkenskapsåret. Eventuell omräkningsdifferens redovisas direkt mot eget kapital i koncernen.

FINANSIELLA TILLGÅNGAR OCH SKULDER
Finansiella tillgångar och skulder, som redovisas i balansräkningen, omfattar på tillgångssidan likvida medel och fordringar samt på skuldsidan rörelseskulder och låneskulder.

Finansiella tillgångar och skulder redovisas till anskaffningsvärde. En finansiell tillgång eller skuld tas upp i balansräkningen när bolaget blir part till instrumentets avtalsmässiga villkor. Kundfordringar tas upp i balansräkningen när faktura har skickats. Skuld tas upp när motparten har presterat och avtalsenlig skyldighet föreligger att betala, även om faktura ännu inte erhållits.

Eventuella nedskrivningar av kundfordringar redovisas i resultaträkningen. Leverantörsskulder tas upp när faktura erhållits. En finansiell tillgång tas bort från balansräkningen när rättigheterna i avtalet realiserats, förfaller eller bolaget förlorar kontrollen över dem. En finansiell skuld tas bort från balansräkningen när rättigheterna i avtalet fullgörs eller på annat sätt utsläcks. Koncernen har inte använt några finansiella derivat för valutasäkring.

NEDSKRIVNINGAR
När det finns tecken att en anläggningstillgång har minskat väsentligt i värde görs en prövning av det bokförda värdet mot det högsta av bedömt nettoförsäljningsvärde och nyttjandevärde. Om detta värde understiger det bokförda värdet görs en nedskrivning.

Återföring görs om det inte längre finns skäl för nedskrivningen. Nedskrivning och återföring redovisas i resultaträkningen.

UPPSKATTNINGAR OCH BEDÖMNINGAR
Följande av styrelsens bedömningar kan ha effekt på redovisade belopp i årsredovisningen: Vid värdering av uppskjutna skattefordringar görs bedömningar baserade på 5-årsprognoser/budgetar efter bästa tillförlitliga uppskattning vid varje given tidspunkt, om framtida skattemässiga överskott för respektive bolag och därmed möjligheterna till att utnyttja förlustavdragen. Längre tidshorisont än 5 år bedöms inte som tillförlitliga. Redovisningen har sin grund i bedömningar och uppskattningar av bolagets ledning och styrelsen.

Lagret består av råvaror, förpackningar och färdiga varor. Nästan alla färdiga varor finns i lager i respektive länder där de säljs. Både råvaror, förpackningar och färdiga varor bedöms månatligen som en del av produktionsplaneringen och de utvärderas regelbundet av ledningen. Det uppskattas att alla varor som finns i lager som råvaror, förpackningar och färdiga varor är kuranta.

Kundfordringar bedöms löpande och de allra flesta kunder är kreditförsäkrade som en del av bolagets policy. Det finns ingen avsättning för förluster på fordringsägare, eftersom kunderna anses vara kreditvärdiga och eftersom historien med dessa kunder under en längre tid har visat att dessa kunder betalar i tid. Om det råder osäkerhet om kreditvärdighet och villighet kräver företaget förskottsbetalning.

NOTER

Alla belopp avser kSEK om inget annat anges

Not 1. Segmentredovisning
Rörelsegrenar
Primärt segment
Koncernen bedriver all sin verksamhet inom en rörelsegren, försäljning av kosttillskott, naturläkemedel och närliggande egenvårdsprodukter.

	Koncernen 2018	Koncernen 2017	Moderbolag 2018	Moderbolag 2017
Extern försäljning	393 708	344 739	7 465	5 147
Intern försäljning	213 214	171 652	141 121	116 880
Summa	**606 922**	**516 391**	**148 586**	**122 027**
Eliminering	-213 214	-171 652	-141 121	-116 880
Nettoomsättning	**393 708**	**344 739**	**7 465**	**5 147**

Sekundärt segment Geografiska områden	Nettoomsättning 2018	Nettoomsättning 2017
Norden	160 319	144 403
Övriga Europa	138 489	109 787
Nordamerika	90 638	88 736
Övriga världen	4 262	1 813
	393 708	**344 739**

Av moderbolagets inköp avser 26,1% (26,3%) inköp från andra koncernföretag.

Not 2. Upplysning om revisors arvode

Arvode och kostnadsersättning	Koncernen 2018	Koncernen 2017	Moderbolag 2018	Moderbolag 2017
Ernst & Young				
Revisionsuppdrag	567	523	250	250
Revision utanför uppdraget	0	0	0	0
Skatterådgivning	0	0	0	0
Övriga tjänster	62	51	25	25
RSM Richter Chamberland				
Revisionsuppdrag	291	270	0	0
Revision utanför uppdraget	0	0	0	0
Skatterådgivning	0	48	0	0
Övriga tjänster	0	76	0	0
Total Revisjon DA				
Revisionsuppdrag	49	53	0	0
Revision utanför uppdraget	0	0	0	0
Skatterådgivning	0	0	0	0
Övriga tjänster	14	14	0	0
Totalt	**983**	**1 035**	**275**	**275**

Not 3. Personal

Medelantalet anställda	**2018** **Antal anställda**	**2018** **Varav män**	**2017** **Antal anställda**	**2017** **Varav män**
Moderbolaget i Sverige	3	67%	3	67%
Dotterföretag				
Sverige	4	0%	4	0%
Danmark	18	11%	14	14%
Norge	2	0%	2	0%
Finland	1	0%	1	0%
Baltikum	8	50%	7	57%
Tyskland	3	33%	1	100%
Polen	2	50%	1	100%
Storbritannien	3	33%	2	50%
Kanada och USA	5	20%	4	25%
Hong Kong	0	0%	0	0%
Turkiet	0	0%	0	0%
Ryssland	0	0%	0	0%
Italien	2	50%	2	50%
Spanien	0	0%	0	0%
Holland	0	0%	0	0%
Frankrike	0	0%	0	0%
Schweiz	0	0%	0	0%
Mexiko	0	0%	0	0%
Totalt dotterföretag	**48**	**23%**	**38**	**29%**
Koncernen totalt	**51**	**25%**	**41**	**32%**

Könsfördelning **bland ledande befattningshavare**	**Koncernen** **2018**	**Koncernen** **2017**	**Moderbolag** **2018**	**Moderbolag** **2017**
Fördelning mellan kvinnor och män i företagens styrelser:				
Kvinnor	4%	5%	25%	25%
Män	96%	95%	75%	75%
Fördelning mellan kvinnor och män i företagsledningen:				
Kvinnor	6%	6%	25%	25%
Män	94%	94%	75%	75%

Löner och andra ersättningar Löner och andra ersättningar	2018 Löner och andra ersättningar	2018 Sociala kostnader	2017 Löner och andra ersättningar	2017 Sociala kostnader
Moderbolaget	2 705	1 026	2 672	846
(varav pensionskostnad)		530		416
Dotterföretag	30 257	5 543	26 457	4 997
(varav pensionskostnad)		2 778		2 500
Koncernen totalt	**32 962**	**6 569**	**29 129**	**5 843**
(varav pensionskostnad)		3 308		2 916

	2018			2017		
Löner och ersättningar (exkl pensionskostnader) fördelat per land	**VD, styrelse och andra ledande**	**Övriga anställda**	**Totalt**	**VD, styrelse och andra ledande**	**Övriga anställda**	**Totalt**
Sverige						
Moderbolag	1 777	928	2 705	1 822	850	2 672
Dotterföretag		3 052	3 052		2 991	2 991
Sverige totalt	**1 777**	**3 980**	**5 757**	**1 822**	**3 841**	**5 663**
Dotterföretag utomlands						
Danmark	1 415	13 822	15 237	1 269	11 395	12 664
Norge	0	1 585	1 585	0	1 495	1 495
Finland	0	781	781	0	713	713
Baltikum	0	2 357	2 357	0	2 130	2 130
Tyskland	0	974	974	0	126	126
Storbritannien	0	1 440	1 440	0	1 253	1 253
Schweiz	0	120	120	0	0	0
Polen	0	725	725	0	623	623
Kanada och USA	0	2 514	2 514	0	3 175	3 175
Italien	0	1 472	1 472	0	1 287	1 287
Dotterföretag utomlands totalt	**1 415**	**25 790**	**27 205**	**1 269**	**22 197**	**23 466**

Löner och ersättningar ledande befattningshavare

Koncernen 2018	**Lön**	**Styrelsearvode**	**Pensionskostnad**	**Totalt**
Styrelsens ordförande	1 415	0	142	1 557
Styrelseledamöter	0	230	0	230
Verkställande direktör	1 547	0	0	1 547
Koncernen totalt	**2 962**	**230**	**142**	**3 334**

Koncernen 2017	**Lön**	**Styrelsearvode**	**Pensionskostnad**	**Totalt**
Styrelsens ordförande	1 269	0	127	1 396
Styrelseledamöter	0	210	0	210
Verkställande direktör	1 612	0	0	1 612
Koncernen totalt	**2 881**	**210**	**127**	**3 218**

Moderbolaget 2018	**Lön**	**Styrelsearvode**	**Pensionskostnad**	**Totalt**
Styrelsens ordförande	0	0	0	0
Styrelseledamöter	0	230	0	230
Verkställande direktör	1 547	0	0	1 547
Moderbolaget totalt	**1 547**	**230**	**0**	**1 777**

Moderbolaget 2017	**Lön**	**Styrelsearvode**	**Pensionskostnad**	**Totalt**
Styrelsens ordförande	0	0	0	0
Styrelseledamöter	0	210	0	210
Verkställande direktör	1 612	0	0	1 612
Moderbolaget totalt	**1 612**	**210**	**0**	**1 822**

Koncernens ledande befattningshavare, tillika bolagets styrelse, utgörs totalt av 4 st personer (4 st). Till de två externa styrelseledamöterna har styrelsearvode utgått med 115 kSEK (105 kSEK) vardera. Lön till VD i moderbolaget har fakturerats av ett av VD helägt bolag. Inga tantiem har utgått till VD eller styrelseledamöter. Med VD har träffats avtal om uppsägningstid på sex månader från bolagets sida och tre månader från VD:s sida.

Not 4. Fördelning avskrivningar

	Koncernen 2018	Koncernen 2017	Moderbolag 2018	Moderbolag 2017
Avskrivningar enligt plan				
Varumärke	0	0	0	0
Produktutveckling	-27	-193	-25	-184
Inventarier	-641	-608	-37	-7
Summa	**-668**	**-801**	**-62**	**-191**

Not 5. Operationell leasing

	Koncernen 2018	Koncernen 2017	Moderbolag 2018	Moderbolag 2017
Kostnadsförda leasingavgifter avseende operationella leasingavtal	2 947	3 008	127	164
Framtida minimileaseavgifter avseende ej uppsägningsbara operationella leasingavtal				
Skall betalas inom 1 år	2 908	3 116	110	125
Skall betalas inom 1-5 år	12 067	12 961	446	449
Skall betalas senare än 5 år	0	241	0	0
Summa	**14 975**	**16 318**	**556**	**574**

Koncernens samt moderbolagets leasingavtal avser främst lokalhyresavtal samt leasing av bilar.

Not 6. Ränteintäkter och liknande resultatposter

	Koncernen 2018	Koncernen 2017	Moderbolag 2018	Moderbolag 2017
Ränteintäkter	8	0	1	0
Ränteintäkter, dotterföretag	0	0	78	180
Valutakursvinster	228	80	228	80
Summa	**236**	**80**	**307**	**260**
Resultat från andelar i dotterföretag				
Utdelningar från dotterföretag	0	0	5 447	1 000
Summa	**0**	**0**	**5 447**	**1 000**
Nedskrivningar				
Nedskrivningar av fordringar dotterföretag som är anläggningstillgångar	0	0	0	-5 000
Summa	**0**	**0**	**0**	**-5 000**

Not 7. Räntekostnader och liknande resultatposter

	Koncernen 2018	Koncernen 2017	Moderbolag 2018	Moderbolag 2017
Räntekostnader	-340	-619	-155	-457
Räntekostnader, dotterföretag	0	0	0	0
Valutakursförluster	0	0	0	0
Summa	**-340**	**-619**	**-155**	**-457**

Not 8. Skatt på årets resultat

	Koncernen 2018	Koncernen 2017	Moderbolag 2018	Moderbolag 2017
Aktuell skattekostnad	-6 351	-6 238	-2 041	-1 663
Uppskjuten skatt	-1 245	-580	0	0
Redovisad skattekostnad	**-7 596**	**-6 818**	**-2 041**	**-1 663**

Skillnaden mellan koncernens skattekostnad och skattekostnad baserad på gällande skattesats består av följande komponenter:

	Koncernen 2018	Koncernen 2017	Moderbolag 2018	Moderbolag 2017
Redovisat resultat före skatt	34 119	27 115	14 077	1 588
Skatt enligt gällande skattesats	-7 506	-5 965	-3 097	-349
Skatteeffekt avseende:				
ej avdragsgilla kostnader	-372	-1 540	-138	-1 312
Ej skattepliktiga intäkter	23	20	1 198	0
Förändring temporära skillnader	581	0	0	0
Förändring underskottsavdrag	-317	135	0	0
Justering för skattesatser i utländska dotterföretag	-103	315	0	0
Övrigt	98	217	-4	-2
Redovisad skattekostnad	**-7 596**	**-6 818**	**-2 041**	**-1 663**

Den gällande skattesatsen i koncernen varierar mellam 12% - 33% och i moderbolaget 22.0%. Underskottsavdrag uppkomna i Ryssland, Spanien, Schweiz, Hong Kong, Turkiet och Mexico har ej aktiverats.

Not 9. Resultat per aktie

Styrelsen föreslår en aktieutdelning med 1,50 kr per aktie (1,15) för 2018, motsvarande SEK 9 292 800 (7 124 480). Aktiekapitalet uppgår till 6.195.200 aktier à nominellt 1 SEK. Alla aktier har samma rättigheter och lika röstvärde.

	2018	2017
Resultat och utdelning per aktie		
Koncernen		
Resultat som använts vid beräkningen av resultat per aktie	26 523	20 297
Antal aktier i medeltal, tusental	6 195	6 195
Resultat per aktie*	**4,28**	**3,28**
Moderbolaget		
Resultat som använts vid beräkningen av resultat per aktie	12 036	925
Antal aktier i medeltal, tusental	6 195	6 195
Resultat per aktie*	**1,94**	**0,15**

* *Det finns inga utspädningseffekter.*

Not 10. Immateriella anläggningstillgångar

Varumärke	Koncernen 2018	Koncernen 2017	Moderbolag 2018	Moderbolag 2017
Ingående ackumulerade anskaffningsvärden	**35 507**	**35 507**	**470**	**470**
Årets inköp	0	0	0	0
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	**35 507**	**35 507**	**470**	**470**
Ingående ackumulerade avskrivningar	**-35 507**	**-35 507**	**-470**	**-470**
Årets avskrivningar	0	0	0	0
Utgående ackumulerade avskrivningar	**-35 507**	**-35 507**	**-470**	**-470**
Utgående planenligt restvärde	**0**	**0**	**0**	**0**

Balanserade utgifter för utvecklingsarbeten	Koncernen 2018	Koncernen 2017	Moderbolag 2018	Moderbolag 2017
Ingående ackumulerade anskaffningsvärden	**4 362**	**4 352**	**2 691**	**2 691**
Omräkningsdifferens	-111	10	0	0
Årets inköp	0	0	0	0
Försäljningar/utrangeringar	0	0	0	0
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	**4 251**	**4 362**	**2 691**	**2 691**
Ingående ackumulerade avskrivningar	**-4 325**	**-4 122**	**-2 657**	**-2 473**
Omräkningsdifferens	110	-10	0	0
Försäljningar/utrangeringar	0	0	0	0
Årets avskrivningar	-27	-193	-25	-184
Utgående ackumulerade avskrivningar	**-4 242**	**-4 325**	**-2 682**	**-2 657**
Utgående planenligt restvärde	**9**	**37**	**9**	**34**

Not 11. Materiella anläggningstillgångar

	Koncernen 2018	Koncernen 2017	Moderbolag 2018	Moderbolag 2017
Ingående ackumulerade anskaffningsvärden	**5 088**	**6 021**	**512**	**512**
Omräkningsdifferens	132	71	0	0
Årets inköp	886	202	32	0
Försäljningar/utrangeringar	-401	-1 206	0	0
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	**5 705**	**5 088**	**544**	**512**
Ingående ackumulerade avskrivningar	**-3 849**	**-4 356**	**-505**	**-498**
Omräkningsdifferens	-87	-49	0	0
Försäljningar/utrangeringar	154	1 164	0	0
Årets avskrivningar	-641	-608	-37	-7
Utgående ackumulerade avskrivningar	**-4 423**	**-3 849**	**-542**	**-505**
Utgående planenligt restvärde	**1 282**	**1 239**	**2**	**7**

Not 12. Uppskjuten skatt

	Koncernen 2018	Koncernen 2017	Moderbolag 2018	Moderbolag 2017
Uppskjuten skattefordran avseende:				
Underskottsavdrag	2 314	2 631	0	0
Uppskjuten skatt hänförlig till temporära skillnader	1 447	993	0	0
Summa	**3 761**	**3 624**	**0**	**0**
Uppskjuten skatteskuld avseende:				
Obeskattade reserver	2 551	1 906	0	0
Skattepliktiga temporära skillnader	7	134	0	0
Summa	**2 558**	**2 040**	**0**	**0**

Not 13. Andra långfristiga fordringar

	Koncernen 2018	Koncernen 2017	Moderbolag 2018	Moderbolag 2017
Ingående anskaffningsvärde	700	791	49	49
Tillkommande fordringar	497	896	428	0
Amortering, avgående fordringar	0	-987	0	0
Omklassificeringar	-610	0	0	0
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	**587**	**700**	**477**	**49**
Ingående nedskrivningar	0	0	0	0
Amorteringar, avgående fordringar	0	0	0	0
Återförda nedskrivningar	0	0	0	0
Omklassificeringar	0	0	0	0
Årets nedskrivningar	0	0	0	0
Utgående ackumulerade nedskrivningar	0	0	0	0
Utgående redovisat värde	**587**	**700**	**477**	**49**

Not 14. Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter

	Koncernen 2018	Koncernen 2017	Moderbolag 2018	Moderbolag 2017
Förutbetalda hyror	458	430	28	27
Förutbetalda försäkringar	263	201	6	0
Förutbetalda försäljnings- och marknadskostnader	786	1 281	32	669
Övrigt	2 501	1 323	725	196
Totalt	**4 008**	**3 235**	**791**	**892**

Not 15. Antal aktier

	Kvotvärde 2018	Kvotvärde 2017	Antal 2018	Antal 2017
A-Aktier	1	1	6 195 200	6 195 200
			6 195 200	**6 195 200**

Not 16. Checkräkningskredit

	Koncernen 2018	Koncernen 2017	Moderbolag 2018	Moderbolag 2017
Beviljat belopp	29 020	27 957	26 144	26 457
Utnyttjat belopp	2 657	7 292	831	4 491

Not 17. Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter

	Koncernen 2018	Koncernen 2017	Moderbolag 2018	Moderbolag 2017
Semesterlöneskuld och upplupna löner	4 784	3 225	515	430
Sociala avgifter	555	563	145	119
Upplupna försäljnings- och marknadskostnader	3 219	1 602	0	0
Övriga poster	1 075	1 435	507	412
Summa	**9 633**	**6 825**	**1 167**	**961**

Note 18. Andelar i koncernföretag

	Moderbolag 2018	Moderbolag 2017
Ingående ackumulerade anskaffningsvärden	29 161	29 161
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	**29 161**	**29 161**

	Kapitalandel	Rösträttsandel	Bokfört värde	Årets resultat	Totalt Eget kapital
New Nordic AB	100%	100%	18 202	1 006	2 920
New Nordic Manufacturing ApS	100%	100%	7 000	559	3 283
New Nordic Healthcare ApS	100%	100%	300	1 101	4 222
New Nordic AS	100%	100%	2 800	387	3 155
New Nordic OY	100%	100%	2	159	-7 020
UAB New Nordic	100%	100%	2	285	2 237
New Nordic Deutschland GmbH	100%	100%	2	411	-8 181
New Nordic AG	100%	100%	421	16	124
New Nordic Healthbrands Polska Sp. z.o.o	100%	100%	67	243	1 231
New Nordic Limited	100%	100%	2	10 432	24 753
New Nordic Inc (Kanada)	100%	100%	1	640	6 230
New Nordic US Inc (USA)	100%	100%	0	736	-2 337
New Nordic Ltd (Hong Kong)	100%	100%	12	6	-24
New Nordic Vitamin	99,8%	99,8%	0	-39	-3 564
OOO New Nordic	100%	100%	0	-55	-1 764
New Nordic S.R.L.	100%	100%	91	199	1 831
New Nordic S.L.	100%	100%	0	0	-728
New Nordic B.V.	100%	100%	167	203	-1 690
New Nordic SARL	100%	100%	92	313	1 230
New Nordic S de R.L. de C.V.	100%	100%	0	0	-1 301
New Nordic PTY Ltd	100%	100%	0	0	0
Summa			**29 161**	**16 602**	**24 607**

Uppgifter om dotterföretagens organisationsnummer och säte

	Org. No.:		Säte
New Nordic AB	556546-0150	Malmö	Sverige
New Nordic Manufacturing ApS	14728708	Roskilde	Danmark
New Nordic Healthcare ApS	15679735	Roskilde	Danmark
New Nordic AS	982754437	Moss	Norge
New Nordic OY	218826046	Espoo	Finland
UAB New Nordic	300065428	Kaunas	Litauen
New Nordic Deutschland GmbH	HAB 97256	Hamburg	Tyskland
New Nordic AG	CHE 323998168	Zug	Schweiz
New Nordic Healthbrands Polska Sp. z.o.o	0000517243	Warszawa	Polen
New Nordic Limited	3142365	West Farleigh, Kent	England
New Nordic Inc	653483-0	Montreal	Kanada
New Nordic US Inc	26-3122812	New Castle, Delaware	USA
New Nordic Ltd	2455046	Hong Kong	Hong Kong
New Nordic Vitamin	606649/554231	Istanbul	Turkiet
OOO New Nordic	1067760351009	Moskva	Ryssland
New Nordic S.R.L.	MI-1838101	Milano	Italien
New Nordic S.L.	B64523384	Madrid	Spanien
New Nordic B.V.	817613705	Leiden	Holland
New Nordic SARL	500489794	Paris	Frankrike
New Nordic S de R.L. de C.V.	NEW0708221E3	Mexico City	Mexiko
New Nordic PTY LTD	ACN 125 151 091	Sydney	Australien

Not 19. Fodringar hos koncernföretag

	Moderbolag 2018	Moderbolag 2017
Ingående anskaffningsvärde	13 803	18 225
Amortering, avgående fordringar	-3 317	-4 646
Omklassificeringar	326	224
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	**10 812**	**13 803**
Ingående nedskrivningar	-5 000	0
Årets nedskrivningar	0	-5 000
Utgående ackumulerade nedskrivningar	**-5 000**	**-5 000**
Utgående redovisat värde	**5 812**	**8 803**

Not 20. Ställda säkerheter

	Koncernen 2018	Koncernen 2017	Moderbolag 2018	Moderbolag 2017
Säkerheter ställda för egna skulder till kreditinstitut				
Företagsinteckningar	22 140	21 343	13 760	13 229
Summa ställda säkerheter	**22 140**	**21 343**	**13 760**	**13 229**

Not 21. Eventualförpliktelser

	Koncernen 2018	Koncernen 2017	Moderbolag 2018	Moderbolag 2017
Borgen koncernföretag, checkkredit	0	0	27 520	26 457
Summa eventualförpliktelser	**0**	**0**	**27 520**	**26 457**

Not 22. Disposition av vinst

Förslag till resultatdisposition	2018	2017
Styrelsen föreslår att till förfogande stående medel		
Överkursfond	49 848	49 848
Balanserat resultat	155	6 354
Årets resultat	12 036	925
	62 039	**57 127**
Disponeras så att	9 293	7 124
till aktieägare utdelas 1,50 SEK per aktie (1,15)	52 746	50 003
i ny räkning överföres	**62 039**	**57 127**

Not 23. Väsentliga händelser efter räkenskapsårets utgång
Inga väsentliga händelser efter räkenskapsårets utgång har skett.

ÅRSREDOVISNING OCH KONCERNREDOVISNING FÖR NEW NORDIC HEALTHBRANDS AB (PUBL)

Styrelsen och verkställande direktören försäkrar att koncernredovisningen respektive årsredovisningen har upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och Bokföringsnämndens vägledning 2012:1 Årsredovisning och koncernredovisning (K3) respektive god redovisningssed och ger en rättvisande bild av koncernens och moderbolagets ställning och resultat. Förvaltningsberättelsen för koncernen respektive moderbolaget ger en rättvisande översikt över koncernens och moderbolagets verksamhet, ställning och resultat samt beskriver väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer som moderbolaget och de bolag som ingår i koncernen står inför.

Marinus Blåbjerg Sørensen
Styrelsens ordförande

Lennart Sjölund
Styrelseledamot

Jessica Tyreman
Styrelseledamot

Karl Kristian Bergman Jensen
Verkställande direktör

Årsredovisningen och koncernredovisningen har, som framgår ovan, godkänts för utfärdande av styrelsen den 28 mars 2019. Koncernens resultaträkning, balansräkning samt moderbolagets resultaträkning och balansräkning blir föremål för fastställelse på årsstämman den 25 april 2019.

Vår revisionsberättelse har angivits den 28 mars 2019.

Ernst & Young AB

Martin Henriksson
Auktoriserad revisor

Building a better working world

Revisionsberättelse

Till bolagsstämman i New Nordic Healthbrands AB, org.nr 556698-0453

Rapport om årsredovisningen och koncernredovisningen

Uttalanden

Vi har utfört en revision av årsredovisningen och koncernredovisningen för New Nordic Healthbrands AB för räkenskapsåret 2018-01-01 - 2018-12-31. Bolagets årsredovisning och koncernredovisning ingår på sidorna 29-59.

Enligt vår uppfattning har årsredovisningen och koncernredovisningen upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och ger en i alla väsentliga avseenden rättvisande bild av moderbolagets och koncernens finansiella ställning per den 31 december 2018 och av dessas finansiella resultat och kassaflöden för året enligt årsredovisningslagen. Förvaltningsberättelsen är förenlig med årsredovisningens och koncernredovisningens övriga delar.

Vi tillstyrker därför att bolagsstämman fastställer resultaträkningen och balansräkningen för moderbolaget och koncernen.

Grund för uttalanden

Vi har utfört revisionen enligt International Standards on Auditing (ISA) och god revisionssed i Sverige. Vårt ansvar enligt dessa standarder beskrivs närmare i avsnittet *Revisorns ansvar*. Vi är oberoende i förhållande till moderbolaget och koncernen enligt god revisorssed i Sverige och har i övrigt fullgjort vårt yrkesetiska ansvar enligt dessa krav.

Vi anser att de revisionsbevis vi har inhämtat är tillräckliga och ändamålsenliga som grund för våra uttalanden.

Annan information än årsredovisningen och koncernredovisningen

Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för den andra informationen. Den andra informationen återfinns på sidorna 1-28.

Vårt uttalande avseende årsredovisningen och koncernredovisningen omfattar inte denna information och vi gör inget uttalande med bestyrkande avseende denna andra information.

I samband med vår revision av årsredovisningen och koncernredovisningen är det vårt ansvar att läsa den information som identifieras ovan och överväga om informationen i väsentlig utsträckning är oförenlig med årsredovisningen och koncernredovisningen. Vid denna genomgång beaktar vi även den kunskap vi i övrigt inhämtat under revisionen samt bedömer om informationen i övrigt verkar innehålla väsentliga felaktigheter.

Om vi, baserat på det arbete som har utförts avseende denna information, drar slutsatsen att den andra informationen innehåller en väsentlig felaktighet, är vi skyldiga att rapportera detta. Vi har inget att rapportera i det avseendet.

Styrelsens och verkställande direktörens ansvar

Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för att årsredovisningen och koncernredovisningen upprättas och att de ger en rättvisande bild enligt årsredovisningslagen. Styrelsen och verkställande direktören ansvarar även för den interna kontroll som de bedömer är nödvändig för att upprätta en årsredovisning och koncernredovisning som inte innehåller några väsentliga felaktigheter, vare sig dessa beror på oegentligheter eller misstag.

Vid upprättandet av årsredovisningen och koncernredovisningen ansvarar styrelsen och verkställande direktören för bedömningen av bolagets och koncernens förmåga att fortsätta verksamheten. De upplyser, när så är tillämpligt, om förhållanden som kan påverka förmågan att fortsätta verksamheten och att använda antagandet om fortsatt drift. Antagandet om fortsatt drift tillämpas dock inte om styrelsen och verkställande direktören avser att likvidera bolaget, upphöra med verksamheten eller inte har något realistiskt alternativ till att göra något av detta.

Revisorns ansvar

Våra mål är att uppnå en rimlig grad av säkerhet om att årsredovisningen och koncernredovisningen som helhet inte innehåller några väsentliga felaktigheter, vare sig dessa beror på oegentligheter eller misstag, och att lämna en revisionsberättelse som innehåller våra uttalanden. Rimlig säkerhet är en hög grad av säkerhet, men är ingen garanti för att en revision som utförs enligt ISA och god revisionssed i Sverige alltid kommer att upptäcka en väsentlig felaktighet om en sådan finns. Felaktigheter kan uppstå på grund av oegentligheter eller misstag och anses vara väsentliga om de enskilt eller tillsammans rimligen kan förväntas påverka de ekonomiska beslut som användare fattar med grund i årsredovisningen och koncernredovisningen.

Som del av en revision enligt ISA använder vi professionellt omdöme och har en professionellt skeptisk inställning under hela revisionen. Dessutom:

- identifierar och bedömer vi riskerna för väsentliga felaktigheter i årsredovisningen och koncernredovisningen, vare sig dessa beror på oegentligheter eller misstag, utformar och utför granskningsåtgärder bland annat utifrån dessa risker och inhämtar revisionsbevis som är tillräckliga och ändamålsenliga för att utgöra en grund för våra uttalanden. Risken för att inte upptäcka en väsentlig felaktighet till följd av oegentligheter är högre än för en väsentlig felaktighet som beror på misstag, eftersom oegentligheter kan innefatta agerande i maskopi, förfalskning, avsiktliga utelämnanden, felaktig information eller åsidosättande av intern kontroll.
- skaffar vi oss en förståelse av den del av bolagets interna kontroll som har betydelse för vår revision för att utforma granskningsåtgärder som är lämpliga med hänsyn till omständigheterna, men inte för att uttala oss om effektiviteten i den interna kontrollen.
- utvärderar vi lämpligheten i de redovisningsprinciper som används och rimligheten i styrelsens och verkställande direktörens uppskattningar i redovisningen och tillhörande upplysningar.

Building a better working world

- drar vi en slutsats om lämpligheten i att styrelsen och verkställande direktören använder antagandet om fortsatt drift vid upprättandet av årsredovisningen och koncernredovisningen. Vi drar också en slutsats, med grund i de inhämtade revisionsbevisen, om det finns någon väsentlig osäkerhetsfaktor som avser sådana händelser eller förhållanden som kan leda till betydande tvivel om bolagets och koncernens förmåga att fortsätta verksamheten. Om vi drar slutsatsen att det finns en väsentlig osäkerhetsfaktor, måste vi i revisionsberättelsen fästa uppmärksamheten på upplysningarna i årsredovisningen och koncernredovisningen om den väsentliga osäkerhetsfaktorn eller, om sådana upplysningar är otillräckliga, modifiera uttalandet om årsredovisningen och koncernredovisningen. Våra slutsatser baseras på de revisionsbevis som inhämtas fram till datumet för revisionsberättelsen. Dock kan framtida händelser eller förhållanden göra att ett bolag och en koncern inte längre kan fortsätta verksamheten.
- utvärderar vi den övergripande presentationen, strukturen och innehållet i årsredovisningen och koncernredovisningen, däribland upplysningarna, och om årsredovisningen och koncernredovisningen återger de underliggande transaktionerna och händelserna på ett sätt som ger en rättvisande bild.
- inhämtar vi tillräckliga och ändamålsenliga revisionsbevis avseende den finansiella informationen för enheterna eller affärsaktiviteterna inom koncernen för att göra ett uttalande avseende koncernredovisningen. Vi ansvarar för styrning, övervakning och utförande av koncernrevisionen. Vi är ensamt ansvariga för våra uttalanden.

Vi måste informera styrelsen om bland annat revisionens planerade omfattning och inriktning samt tidpunkten för den. Vi måste också informera om betydelsefulla iakttagelser under revisionen, däribland de eventuella betydande brister i den interna kontrollen som vi identifierat.

Rapport om andra krav enligt lagar och andra författningar

Uttalanden

Utöver vår revision av årsredovisningen och koncernredovisningen har vi även utfört en revision av styrelsens och verkställande direktörens förvaltning för New Nordic Healthbrands AB för räkenskapsåret 2018-01-01 - 2018-12-31 samt av förslaget till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust.

Vi tillstyrker att bolagsstämman disponerar vinsten enligt förslaget i förvaltningsberättelsen och beviljar styrelsens ledamöter och verkställande direktören ansvarsfrihet för räkenskapsåret.

Grund för uttalanden

Vi har utfört revisionen enligt god revisionssed i Sverige. Vårt ansvar enligt denna beskrivs närmare i avsnittet *Revisorns ansvar*. Vi är oberoende i förhållande till moderbolaget och koncernen enligt god revisorssed i Sverige och har i övrigt fullgjort vårt yrkesetiska ansvar enligt dessa krav.

Vi anser att de revisionsbevis vi har inhämtat är tillräckliga och ändamålsenliga som grund för våra uttalanden.

Styrelsens och verkställande direktörens ansvar

Det är styrelsen som har ansvaret för förslaget till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust. Vid förslag till utdelning innefattar detta bland annat en bedömning av om utdelningen är försvarlig med hänsyn till de krav som bolagets och koncernens verksamhetsart, omfattning och risker ställer på storleken av moderbolagets och koncernens egna kapital, konsolideringsbehov, likviditet och ställning i övrigt.

Styrelsen ansvarar för bolagets organisation och förvaltningen av bolagets angelägenheter. Detta innefattar bland annat att fortlöpande bedöma bolagets och koncernens ekonomiska situation och att tillse att bolagets organisation är utformad så att bokföringen, medelsförvaltningen och bolagets ekonomiska angelägenheter i övrigt kontrolleras på ett betryggande sätt. Verkställande direktören ska sköta den löpande förvaltningen enligt styrelsens riktlinjer och anvisningar och bland annat vidta de åtgärder som är nödvändiga för att bolagets bokföring ska fullgöras i överensstämmelse med lag och för att medelsförvaltningen ska skötas på ett betryggande sätt.

Revisorns ansvar

Vårt mål beträffande revisionen av förvaltningen, och därmed vårt uttalande om ansvarsfrihet, är att inhämta revisionsbevis för att med en rimlig grad av säkerhet kunna bedöma om någon styrelseledamot eller verkställande direktören i något väsentligt avseende:

- företagit någon åtgärd eller gjort sig skyldig till någon försummelse som kan föranleda ersättningsskyldighet mot bolaget, eller
- på något annat sätt handlat i strid med aktiebolagslagen, årsredovisningslagen eller bolagsordningen.

Vårt mål beträffande revisionen av förslaget till dispositioner av bolagets vinst eller förlust, och därmed vårt uttalande om detta, är att med rimlig grad av säkerhet bedöma om förslaget är förenligt med aktiebolagslagen.

Rimlig säkerhet är en hög grad av säkerhet, men ingen garanti för att en revision som utförs enligt god revisionssed i Sverige alltid kommer att upptäcka åtgärder eller försummelser som kan föranleda ersättningsskyldighet mot bolaget, eller att ett förslag till dispositioner av bolagets vinst eller förlust inte är förenligt med aktiebolagslagen.

Som en del av en revision enligt god revisionssed i Sverige använder vi professionellt omdöme och har en professionellt skeptisk inställning under hela revisionen. Granskningen av förvaltningen och förslaget till dispositioner av bolagets vinst eller förlust grundar sig främst på revisionen av räkenskaperna. Vilka tillkommande granskningsåtgärder som utförs baseras på vår professionella bedömning med utgångspunkt i risk och väsentlighet. Det innebär att vi fokuserar granskningen på sådana åtgärder, områden och förhållanden som är väsentliga för verksamheten och där avsteg och överträdelser skulle ha särskild betydelse för bolagets situation. Vi går igenom och prövar fattade beslut, beslutsunderlag, vidtagna åtgärder och andra förhållanden som är relevanta för vårt uttalande om ansvarsfrihet. Som underlag för vårt uttalande om styrelsens förslag till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust har vi granskat styrelsens motiverade yttrande samt ett urval av underlagen för detta för att kunna bedöma om förslaget är förenligt med aktiebolagslagen.

Malmö den 28 mars 2019

Ernst & Young AB

Martin Henriksson
Auktoriserad Revisor

A member firm of Ernst & Young Global Limited