

BRANDWORLD



Investeringsmemorandum
Februari 2010

Framtidsinriktade uttalanden och marknadsinformation

Detta memorandum innehåller framtidsinriktade uttalanden som återspeglar BrandWorlds aktuella syn på framtida händelser samt finansiell och operativ utveckling. Dessa framtidsinriktade uttalanden gäller endast vid tidpunkten för memorandumet och BrandWorld gör ingen utfästelse om att offentliggöra uppdateringar eller revideringar av framtidsinriktade uttalanden till följd av ny information, framtida händelser eller dylikt. Även om BrandWorld anser att förväntningarna som beskrivs i sådana framtidsinriktade uttalanden är rimliga, finns det ingen garanti för att dessa framtids-inriktade uttalanden förverkligas eller visar sig vara korrekta och följaktligen bör presumtiva investerare inte lägga

otillbörlig vikt vid dessa och andra framtidsinriktade uttalande. I avsnittet Riskfaktorer finns en beskrivning, dock inte fullständig, av faktorer som kan medföra att faktiskt resultat eller utveckling skiljer sig avsevärt från framtidsinriktade uttalanden.

Memorandumet innehåller historisk marknadsinformation och branschprognoser, däribland information avseende storleken på marknader där BrandWorld är verksamt. Informationen har inhämtats från en rad olika utomstående källor och BrandWorld ansvarar för att sådan information har återgivits korrekt. Även om Bolaget anser att dessa källor är tillförlitliga har ingen oberoende verifiering gjorts, varför riktigheten eller fullständigheten i informationen ej kan garanteras.

Såvitt BrandWorld känner till och kan försäkra genom jämförelse med annan information som offentliggjorts av de tredje parter varifrån informationen hämtats, har dock inga uppgifter utelämnats på ett sätt som skulle göra den återgivna informationen felaktig eller missvisande.

Innehållsförteckning

Sammanfattning	5
Risker	10
Inbjudan till teckning av aktier	11
Bakgrund och motiv	11
Villkor och anvisningar	13
Vd har ordet	15
Verksamhet	17
Marknad	21
BrandWorld i sammandrag, kort historik	23
Finansiell information i sammandrag	24
Kommentarer till den finansiella utvecklingen	25
Aktiekapitalets utveckling	26
Ägarstruktur	27
Styrelse	28
Ledande befattningshavare	30
Löner, ersättningar och övriga upplysningar	31
Bolagsordning	32
Legala frågor och kompletterande information ...	33
Skattefrågor i Sverige	34
Utdrag ur BrandWorlds reviderade räkenskaper för åren 2006-2008	35
Revisionsberättelser	42
Butiker	44

Erbjudandet i sammandrag

Emissionskurs	4 SEK
---------------	-------

Teckningstid	16 februari - 2 mars
--------------	----------------------

Teckningspost	1 000 aktier
---------------	--------------

Emissionen är garanterad i sin helhet av Svenska Generationsskiften AB, någon ersättning för garantin utgår ej.

Övrig Information

Beräknad första dag för handel på AktieTorget	29 mars 2010
---	--------------

Handelsbeteckning	BRAW
-------------------	------

ISIN kod	SE0003171685
----------	--------------

Kommande informationstillfällen

Halvårsrapport	23 augusti 2010
----------------	-----------------

Delårsrapport Q3	1 november 2010
------------------	-----------------

Bokslutskommuniké	7 februari 2011
-------------------	-----------------

Definitioner

BrandWorld	Bolaget Brandworld Sverige AB (publ) org. nr. 556660-3550.
------------	--

AktieTorget	AktieTorget AB, står under Finansinspektionens tillsyn och har tillstånd som värdepappersrörelse för drift av handelsplattform
-------------	--

Euroclear	Euroclear Sweden AB (tidigare VPC AB)
-----------	---------------------------------------

Brand World skall erbjuda högkvalitativa varumärken från världsledande leverantörer av kläder, skor, och andra premium produkter för sport och fritid på ett lättillgängligt sätt och till så attraktiva priser att kunder som i normala fall inte köper premiumvarumärken väljer att göra det.



Sammanfattning

Denna sammanfattning skall endast ses som en introduktion till memorandumet. Varje beslut om att investera i de aktier som erbjuds till teckning genom detta memorandum skall grunda sig på en bedömning av memorandumet i dess helhet.

Bakgrund

Kläder och skor är de produkter som vi kanske främst associerar till mode även om många andra produkter idag följer modets trender. Modet avspeglar en tidsanda och ibland en livsstil där flera etablerade starka varumärken marknadsför inte bara kläder utan attraherar kunder genom att sälja in just en livsstil.

Det finns produkter inom alla prisklasser och flera varumärken försöker öka sina marknadsandelar genom att marknadsföra sina produkter inom mer än ett prissegment. I dagsläget är det svårt för många etablerade varumärken såsom Nike, Puma, Adidas, Helly-Hansen, Champion m.fl. att öka sina marknadsandelar med befintlig distribution. En tydlig konkurrenssituation har uppstått då försäljning av private brands (produkter som detaljhandeln säljer under eget varumärke) ökar, samtidigt som etablerade varumärkena får allt mindre utrymme. Varumärkesleverantörerna är därför intresserade av att öka sina respektive marknadsandelar inom de lägre prissegment, som de i dagsläget har en mycket liten andel av. Det är i denna marknadssituation som BrandWorld har funnit sin egen nisch.

BrandWorlds koncept

BrandWorld marknadsför märkeskläder till lågt pris från världsledande leverantörer på den svenska marknaden. Bolaget har fokuserat på produkter inom sport, fritid och street wear. Det som gör BrandWorlds koncept unikt för kunden är utbudet av märkeskläder från välkända leverantörer till låga priser, priser som ligger i samma lågprissegment som de etablerade kedjornas, men där man bland de etablerade kedjorna endast finner egna märken s.k. privat brands. Hos BrandWorld hittar man allt från Björn Borg till Billabong. BrandWorld har valt att ytterligare stödja sin affärsidé med att bygga upp ett koncept som innefattar en enhetlig design på butikernas inredning och marknadsföringsmaterial samt genom att lokalisera butikerna till handelsområden i större tätorter. BrandWorlds konceptbutiker finns idag på fyra platser i Sverige; Lund, Göteborg, Växjö och en nyöppnad butik i Sundsvall. Bolaget BrandWorld äger också sex stycken butiker med namnet Märkesoutlet och en med namnet Jepson. Målsättningen är att profilera om flertalet enligt BrandWorlds butikskoncept vilket öppnar upp för att driva butikerna som en centraliserad kedja.

Mål och strategier

Övergripande mål

BrandWorld ser en stor potential för sitt koncept. Det finns utrymme för en BrandWorld butik på de flesta orter i Sverige. Bolagets målsättning är att åstadkomma en snabb expansion, men under bibehållen lönsamhet.

Strategi på kort sikt:

- Omprofilera Malmöbutiken, samt ytterligare någon av de 5 Märkesoutletbutikerna till BrandWorld butiker.
- Implementera ett nytt logistiksystem som ger förutsättningar för ett förbättrat inköpsarbete och en ökad lageromsättningshastighet.
- Höja marginalerna genom att höja kraven för att acceptera ett varuinköp.
- Starta en webbutik.
- Fokusera på nyetableringar i tätorter med mer än 30 000 invånare och volymhandelscentrum.

På lite längre sikt:

BrandWorld arbetar tillsammans med väletablerade varumärken såsom Nike, Adidas, Reebok, Helly-Hansen, Disney, Casall, Billabong, Champion, m.fl. för att skapa ett sortiment som attraherar kunder som annars väljer produkter från s.k. private brands. Eftersom sortimentet inte konkurrerar med varumärksleverantörernas sortiment hos fullpriskedjorna, såsom Intersport och Stadium, får BrandWorld acceptans för att bedriva sin verksamhet i citynära lägen och har möjlighet att sluta löpande leveransavtal. Löpande leveranser ger BrandWorld möjlighet att ha samma produktsortiment i alla butiker och Bolaget kan därmed också dra nytta av de synergier och skaleffekter som det innebär att kunna arbeta i ett kedjekoncept. BrandWorld ser en potential för konceptet i hela Norden och kommer att fördjupa samarbetet med varumärksleverantörerna för att få dem att producera speciella serier för BrandWorld.

Marknaden

BrandWorld är verksamt på en del av marknaden som till stor del domineras av stora kedjor som t.ex. HM, Bik-Bok, Gina Tricot, Stadium, Intersport, JC, Din Sko m.fl. Bolaget konkurrerar därför om de konsumenter som brukar handla produkter inom de lägre prissegmenten av den totala marknaden. Tillsammans med sina varumärkespartners skapar BrandWorld ett sortiment och en utveckling som direkt konkurrerar med private brands. Alla BrandWorlds partners är stora och väletablerade företag men med liten, på snudd till försumbar, distribution inom lägre prissegment. För att nå ut till så många konsumenter som möjligt är det av stor vikt för dem att även vara representerade i ett lägre prissegment och BrandWorld är deras möjlighet att nå nya konsumenter och ta fler andelar av den totala marknaden.

Organisation

BrandWorld sysselsatte 2009 motsvarande 40 heltidstjänster. Bolagets ledningsgrupp består av VD med marknadsansvar, ekonomichef med personalansvar och inköpschef. Varje butik leds av en butikschef som i sin tur rapporterar direkt till ekonomichefen. Ekonomichefen och inköpschefen rapporterar direkt till VD.

Styrelse

Fredrik Herslow, styrelseordförande

Per Grettve, ledamot

Mats Olsson, ledamot

Andreas Olofsson, ledamot

Niklas Larsson, ledamot och verkställande direktör

Ledande befattningshavare

Niklas Larsson, verkställande direktör

Andreas Olofsson, ekonomichef

Daniel Nilsson, inköpschef

Revisor 2006-2009

Mats Johansson

Godkänd revisor, MJ Revision

Revisor 2009-

Revisorsgruppen i Malmö AB, med den auktoriserade revisorn Thomas Jönsson som huvudansvarig revisor.

Bakgrund och motiv

Styrelsen bedömer att den exponering som en listning på AktieTorget ger, kommer att få en väldigt positiv effekt på affärsverksamheten. Listningsprocessen kommer att ge fler konsumenter vetskap om BrandWorld och dess erbjudande och listningen som sådan kommer att vara stimulerande för bolagets personal. Då såväl Svenska Generationsskiften som bolagets tre grundare ser långsiktigt på sitt innehav och inte är intresserade av att sälja sina aktier, har styrelsen beslutat genomföra en mindre emission för att skapa förutsättningar för handel i bolagets aktier när väl listningen skett.

Emissionsbeslut

Styrelsen i BrandWorld beslutade den 7 januari 2010 med stöd av bemyndigandet från extra bolagsstämma den 21 augusti 2009 om en nyemission av 750 000 aktier. Emissionskursen har fastställts till fyra (4) SEK, vilket medför att Bolaget tillförs 3 000 000 SEK före emissionskostnader. Emissionskostnaderna beräknas uppgå till cirka 400 000 SEK. De nya aktierna skall medföra samma rätt som de förutvarande aktierna i Bolaget.

Finansiering och finansiell ställning

Marknadens behov och leverantörernas entusiasm har skapat förutsättningar för en mycket snabb tillväxt. BrandWorld startade sin verksamhet i maj 2006. Omsättningen ökade från 16,0 MSEK 2006, till 43,5 MSEK 2007, och 82,2 MSEK 2008. Hade inte den ekonomiska krisen kommit under hösten, och Brand Worlds egen kapitalknapphet satt käppar i hjulet, hade omsättningen 2008 förmodligen snuddat vid 100 miljonersstreck. Den svaga balansräkningen gjorde att bolaget tvingades ansöka om rekonstruktion i mars 2009. Rekonstruktionsarbetet avslutades med ett borgenärssammanträde som hölls den 30 november 2009. Ackordet vann laga kraft den 21 december 2009 och betalningen erlades den 20 januari 2010. Ackordsvinsten uppgick till ca 22,3 mSEK och bolagets egna kapital uppgick därför vid det gångna årsskiftet till ca 22,1 mSEK. Sedan årsskiftet har det egna kapitalet förstärkts med ytterligare 2,5 mSEK genom en emission som riktats till aktieägarna i Svenska Generationsskiften som stöttat BrandWorld under rekonstruktionsprocessen.

Historik

- 2004 bildas Bolaget
- 2005 testkörs en sommarbutik i Halmstad under namnet Märkesoutlet.
- 2006 ändrade Bolaget namn till Märkesoutlet i Kivik AB och öppnade i rask takt flera butiker.
- 2007 öppnade Bolaget ytterligare tre butiker och ändrade namn till Brandworld Sverige AB.
- 2008 öppnade BrandWorld butiker med sitt nya koncept i Göteborg, Växjö och Lund.
- 2009 genomgår BrandWorld en rekonstruktion och tar in externt kapital från Svenska Generationsskiften samtidigt som Bolaget förbereder en listning på AktieTorget. Med ny styrka kan BrandWorld fullfölja sina planer och öppnar som planerat en butik i Sundsvall.

Större aktieägare per 1 februari 2010

Namn	Antal aktier	Innehav
Svenska Generationsskiften	3 525 000*	54,23
Niklas Larsson	721 000	11,10
Andreas Olofsson	696 000	10,70
Daniel Nilsson	696 000	10,70
Per Stenbäck	87 000	1,34
Thomas Tell	85 000	1,31
Stiftelsen Henry och Gerda Dunkers Donationsfond 2	60 000	0,92
Övriga (25 stycken)	630 000	9,70
Totalt	6 500 000	100

*Svenska Generationsskiften AB har drygt 30 aktieägare. De ägare som har flest röster i bolaget är Fredrik Herslow, MA-system som ägs till 100% av Per Grettve, Per-Olof Jönsson, Per Paulsson. Dessa äger vardera 7,12% av kapitalet och representerar vardera 17,75% av rösterna. Fredrik Herslow och Per Grettve ingår i styrelsen för BrandWorld.

Optionsprogram

BrandWorld har ställt ut teckningsoptioner till Svenska Generationsskiften. Svenska Generationsskiften har i sin tur ställt ut köpoptioner till Andreas Olofsson, Niklas Larsson och Daniel Nilsson på motsvarande villkor. Optionen innebär att dessa har rätt att köpa vardera 268 600 aktier, sammanlagt 805 800 aktier till kurs 6,21 kronor. Optionen som kan utnyttjas fram till den 31 mars 2012, innebär efter den nu pågående emissionen, en utspädning om ca 10% om den utnyttjas.

Aktien

Bolaget har godkänts av AktieTorgets styrelse för upptagande till handel på AktieTorgets handelslista under förutsättning att spridningskravet för aktien är uppfyllt.

Utdelningspolicy

Styrelsens mål är att utdelningen genomsnittligt över tiden ska uppgå till minst 25 procent av Bolagets resultat efter skatt. Vid beslut om förslag till utdelning kommer dock BrandWorlds expansionsmöjligheter, konsolideringsbehov, likviditet samt finansiella ställning i övrigt att beaktas.

Risikfaktorer

Allt företagande och ägande av aktier är förenat med risktagande och i detta fall utgör BrandWorld inget undantag. En närmare beskrivning av de mest betydelsefulla riskfaktorerna för BrandWorld återfinns under avsnittet "Riskfaktorer".

Finansiell information i sammandrag

Finansiell information i sammandrag avseende räkenskapsåren 2006-2009 är hämtade ur BrandWorlds reviderade räkenskaper som upprättats i enlighet med Årsredovisningslagen och Bokföringsnämndens allmänna råd.

Finansiell information i sammandrag, kSEK	Prognos 2010	2009	2008	2007	2006
Försäljning varor	131 915	83 187	82 213	43 540	16 058
Övriga intäkter	0	58	2 269	55	25
Ackordsvinst	0	22 260	0	0	0
Rörelseresultat	9 674	18 468	822	3 459	1 653
Resultat efter finansiella poster	6 903	16 803	-344	2 799	1 520
Eget kapital	33 305	22 053*	2 941*	3 209*	1 212*
Balansomslutning	60 784	43 532	48 369	26 639	9 984
Kassaflöde från den löpande verksamheten	4 403	10 791	6 106	-339	1 618
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-1 200	-2 801	-11 875	-1 465	-1 385
Årets kassaflöde	8 303	4 581	103	-40	58
Soliditet %	55	51	6	12	12
Medelantalet anställda	49	40	46	20	9

*I begreppet eget kapital har inkluderats 72% av obeskattade reserver under åren 2006-2008 och 73,7% av obeskattade reserver 2009.

Risker

Allt företagande och ägande av aktier är förenat med risktagande och i detta fall utgör BrandWorld inget undantag. Varje investerare måste själv bilda sig en uppfattning om Bolagets möjligheter och risker. Den som överväger att teckna sig för köp av aktier i BrandWorld men känner osäkerhet vid riskbedömningen, bör inhämta råd från kvalificerad rådgivare. Nedan beskrivs, utan inbördes rangordning, de riskfaktorer som bedöms ha störst betydelse för BrandWorlds framtida utveckling utan att göra anspråk på att vara heltäckande. En samlad utvärdering måste även innefatta övrig information i detta memorandum samt en allmän omvärldsbedömning.

Rörelserelaterade risker

Konkurrens

Branschen präglas av en intensiv konkurrens om kunder inom varje produktsegments nedre prisintervall d.v.s. där BrandWorld verkar. Denna risk minimeras genom att BrandWorld endast marknadsför kända och väletablerade varumärken till skillnad från konkurrenterna som marknadsför egenproducerade produkter.

Nyckelpersoner

BrandWorlds verksamhet är beroende av ett fåtal nyckelpersoner. Bolagets framtida utveckling beror i hög grad på förmågan att attrahera och behålla kompetent personal. Om någon eller några av dessa nyckelpersoner skulle lämna BrandWorld skulle detta, åtminstone kortsiktigt, få en negativ effekt på bolagets möjligheter att nå sina planerade utvecklingsmål.

Mode

Även om sport- och fritidsbranschen är betydligt mindre känslig för mode och trender än klädhandeln, är framgången för BrandWorld beroende av att identifiera och anpassa förändringar i kundernas önskemål.

Expansion

BrandWorld befinner sig i en intensiv fas med ytterligare expansionsplaner i Sverige. Det finns aldrig någon garanti för att investeringarna kommer att generera tillräcklig avkastning. Det sker ett fokuserat löpande och långsiktigt arbete med översyn av butiksbeståndet för att säkerställa att uppställda expansionsmål är realistiska och nåbara.

Prognososäkerhet

BrandWorld är verksamt på en relativt ny marknad. Därmed försvåras möjligheterna att förutsäga den framtida utvecklingen av företagets verksamhet. Avvikelse från prognostiserad försäljning kan påverka Bolagets resultat och likviditet negativt.

Konjunkturpåverkan

Branschen som BrandWorld verkar inom, påverkas av förändringar i den allmänna konjunkturen, vilket får effekt på den totala efterfrågan och därmed på konsumtionsnivån. Konsumtionsmönstren påverkas av en mängd allmänna faktorer utanför bolagets kontroll, bland annat allmänna affärsförhållanden, räntor, valutakurser, inflations- och deflationsnivåer, skatter, kredittillgång, aktiemarknadens utveckling, arbetslöshetsnivån, osäkerhet om framtida ekonomiska utsikter och skiften i konsumtionsmönster. Den senaste tidens oro på den finansiella marknaden har haft en avmattande effekt på konsumtionen. För BrandWorld kan det dock innebära affärsmöjligheter eftersom kunderbudandet ger högt värde för pengarna.

Risker förenade med aktien och erbjudandet

Aktierelaterade risker

En investering i BrandWorld kan komma att både stiga och sjunka i värde och det kan inte garanteras att en investerare kan komma att få tillbaka det satsade kapitalet. Aktien skall listas på AktieTorget och aktiekursens utveckling är beroende av en rad faktorer, varav en del är bolagsspecifika medan andra är knutna till aktiemarknaden som helhet där det är omöjligt för BrandWorld att kontrollera alla de faktorer som kan komma att påverka aktiekursen. Vidare kan i perioder likviditeten i aktien vara låg vilket i sig kan begränsa handeln.

Ägare med betydande inflytande

Ungefär 79 procent av rösterna i BrandWorld kontrolleras av personer och bolag inom den största aktieägargruppen efter fulltecknad emission. Dessa personer kan tillsammans komma att utöva ett betydande inflytande på alla ärenden där samtliga aktieägare har rösträtt. Denna ägarkoncentration kan vara till nackdel för andra aktieägare som har andra intressen än huvudaktieägarna.

Inbjudan

Härmed inbjuds, i enlighet med villkoren i detta memorandum allmänheten att teckna nya aktier i BrandWorld. Emissionskursen har fastställts till fyra (4) SEK, vilket medför att Bolaget, vid full teckning, tillförs högst 3 000 000 SEK före emissionskostnader. Emissionskostnaderna beräknas uppgå till cirka 400 kSEK. De nya aktierna skall medföra samma rätt som de förutvarande aktierna i Bolaget. Styrelsen i BrandWorld är ansvarig för den information som lämnas i detta memorandum och försäkras härmed att alla rimliga försiktighetsåtgärder vidtagits för att säkerställa att uppgifterna i memorandumet, såvitt styrelsen känner till, överensstämmer med de faktiska förhållandena och att ingenting är utelämnat som skulle kunna påverka dess innebörd. I övrigt hänvisas till redogörelsen i detta memorandum, vilket är upprättat av styrelsen för BrandWorld med anledning av föreliggande nyemission.

Lund 1 februari 2010

Styrelsen

Brandworld Sverige AB (publ)

Bakgrund och motiv

Brandworld Sverige AB säljer märkesprodukter i ett lägre prissegment i citynära lägen. Bolaget startade sin verksamhet i maj 2006 och växte väldigt snabbt. Så länge expansionen pågick i oförminskad skala gick allt bra, men när marknaden till följd av den ekonomiska krisen under hösten 2008 fick sig en törn och försäljningen gick ner, blev det tuffare.

I början av 2009 tog Bolaget kontakt med riskkapitalbolaget Svenska Generationsskiften och beslutade den 23 mars 2009 att ansöka om företagsrekonstruktion. Bolaget kunde därefter med hjälp av finansiering från Svenska Generationsskiften genomföra förhandlingar rörande de kostnadssänkningar som var nödvändiga för att säkerställa BrandWorlds lönsamhet även vid den lägre omsättningsnivå som uppnås i en lågkonjunktur.

Rekonstruktionsarbetet avslutades med ett borgenärssammanträde som hölls den 30 november 2009. Under mötet röstade de 78 % av fordringsägarna som var företrädade, enhälligt ja till det ackordsförslag som framlades. Ackordet vann laga kraft den 21 december 2009 och betalningen erlades den 20 januari 2010. Ackordsvinsten uppgick till ca 22,1 mSEK, och bolagets egna kapital uppgick därför vid det gångna årsskiftet till ca 23,8 mSEK. Sedan årsskiftet har det egna kapitalet förstärkts med ytterligare 2,5 mSEK genom en riktad emission till aktieägarna i Svenska Generationsskiften.

BrandWorld har efter rekonstruktionen en mycket stark balansräkning och står väl rustad för att återuppta den expansion som tillfälligtvis fick avbrytas under lågkonjunkturen. Bolaget har också en tillfredsställande likviditet. Styrelsen bedömer att den exponering som en listning på AktieTorget ger, kommer att få en väldigt positiv effekt på affärsverksamheten. Listningsprocessen kommer att ge fler konsumenter vetskap om BrandWorld och dess erbjudande och listningen som sådan kommer att vara stimulerande för bolagets personal. Då såväl Svenska Generationsskiften som bolagets tre grundare ser långsiktigt på sitt innehav och inte är intresserade av att sälja sina aktier, har styrelsen beslutat genomföra en mindre emission för att skapa förutsättningar för handel i bolagets aktier när väl listningen skett. De pengar som inflyter från emissionen kommer tillsammans med bolagets egna medel att användas till att fortsätta omvandlingen av bolagets butiker med namnet Märkesoutlet till att omfattas av konceptet BrandWorld, implementera ett nytt logistiksystem, etablera en webbutik och påbörja ytterligare nyetableringar.

CONVERS



PIRELLA
FOTBALL
75:-



Villkor och anvisningar

Styrelsen i Brandworld Sverige AB beslutade om en nyemission av 750 000 aktier den 7 januari 2010 med stöd av bemyndigandet från extra bolagsstämma den 21 augusti 2009. Nedan anges villkor och anvisningar för Erbjudandet.

Emissionskurs

De nya aktierna emitteras till en kurs om fyra (4) SEK per aktie. Courtage utgår ej.

Teckningstid

Teckning av nya aktier skall ske under tiden från och med den 16 februari till och med den 2 mars 2010. Styrelsen förbehåller sig rätten att förlänga teckningstiden.

Teckning av aktier

Anmälan om teckning av aktier sker genom att anmälningssedeln ifylls, undertecknas och skickas till Brandworld Sverige AB på adress enligt nedan. Anmälningssedeln skall vara BrandWorld tillhanda senast klockan 16.00 den 2 mars 2010. Det är endast tillåtet att insända en (1) anmälningssedel. I det fall fler än en anmälningssedel insändes kommer enbart den sist erhållna att beaktas. Övriga anmälningssedlar kommer således att lämnas utan avseende.

Observera att anmälan är bindande.

Teckningssedeln skall skickas till:

Brandworld Sverige AB

Lundavägen 19

212 18 Malmö

Fax 040-290901

Tilldelning vid teckning

Besked om tilldelning av aktier lämnas genom översändande av tilldelningsbesked i form av en avräkningsnota. Likvid skall erläggas senast fem (5) bankdagar efter utfärdandet av avräkningsnotan. Något meddelande lämnas ej till den som inte erhållit tilldelning.

Teckningsåtagande

Svenska Generationsskiften har förbundit sig att teckna alla de aktier som inte tecknas av andra i denna emission.

Åtagandet har skett utan kostnad för bolaget.

Leverans av aktier

Så snart emissionen registrerats vid Bolagsverket, vilket beräknas ske i mitten av april, kommer aktierna att levereras till respektive tecknares Depå/VP-konto.

Listning

Aktierna i BrandWorld planeras att handlas på AktieTorget med kortnamnet BRAW och har ISIN-kod SE0003171685.

Utfallet i nyemissionen kommer att offentliggöras via ett pressmeddelande från Bolaget vilket beräknas ske en vecka efter teckningsperiodens slut.

Rätt till utdelning

De nya aktierna berättigar till utdelning från och med verksamhetsåret 2010, givet att sådan ges.





När Ryanair bestämde sig för att skapa lågprisflygmarknaden kändes det ofattbart att man skulle kunna få flyga för priser som aldrig tidigare varit möjliga. Men idag vet vi att det är fullt möjligt, och att Ryanair med smarta lösningar och en mycket säljorienterad organisation inte bara lyckades skapa låga priser för sina kunder utan också lyckades skapa ett av världens mest vinstgivande flygbolag.

Nu är det dags att göra samma sak inom sport- och fritidssektorn! Efter att ha jobbat med varumärken inom sport- och fritidssektorn under 20 års tid, är det min uppfattning att den stora framtida tillväxtpotentialen inom konfektion och skor ligger i att ersätta den framvuxna marknaden för egentillverkad produktion (sk private brands) med befintliga sortiment från internationella varumärken, inom samma prissegment. Genom att erbjuda varor från kända varumärken till samma priser som kedjornas private brands, ges kunden möjlighet att identifiera sig med något som tidigare ansetts för dyrt t.ex: Nike + Zlatan.

Min uppfattning visade sig vara rätt och BrandWorld växte efter starten väldigt snabbt. Under en period av lite drygt 2 år, kunde sammanlagt 8 butiker igångsättas och hyreskontrakt för ytterligare 2 tecknades. Omsättningen ökade från ingenting till 82 MSEK 2008. Hade inte den ekonomiska krisen kommit emellan under hösten, hade omsättningen 2008 förmodligen snuddat vid 100 miljonersstrecket.

Den ekonomiska krisen drabbade BrandWorld hårt efter att under 2008 gjort stora investeringar i utformandet av konceptet BrandWorld. Under 2009 har Bolaget omorganiserats och styrelsen har förstärkts med stark kompetens inom organisation och ekonomi vilket är en förutsättning för den fortsatta expansionen av BrandWorld.

Affärsiden är idag mycket tydligare mot våra varumärkespartners, vilket har resulterat i bättre produkter till högre marginaler än tidigare. BrandWorlds målsättning är nu att tillsammans med våra varumärkespartners skapa en kedja av handelsplatser som enbart fokuserar på att erbjuda kunderna en attraktiv prissättning på varor med kända varumärken. Under senare delen av 2010 kommer vi också att utöka vår web-site med online försäljning inom segmentet skor där det finns en mycket stor potential.

BrandWorlds organisation består av engagerade medarbetare med unik kompetens och stor erfarenhet inom sälj, inköp och distribution, något som vi är stolta över och bygger vidare på. Efter att ha genomlevt en period som hör till de tuffaste på väldigt många år har vi nu med starkt stöd från medarbetare, intressenter och nya investorer funnit en organisatorisk och finansiell struktur som skapar goda förutsättningar för långsiktig lönsamhet och ett starkt kunderbudande. Ur detta perspektiv ser jag ljus på framtiden och tillsammans med mina medarbetare hälsar jag er välkomna att komma med på den spännande resa som vi har framför oss.

Lund i januari 2010

Niklas Larsson, VD Brandworld Sverige AB

Sveriges populäraste
varumärken till
halva priset. Alltid.

Timberland

Kangaroo

ethies

HALTI

V

H

Columbia
Sportswear Company

Bra-Bra

Champion

PUMA

le coq sportif

Disney

UMBRO

ES

BILLABONG

hummel

casall

adidas

CONVERSE

RIP CURL

HH
Helly Hansen

Reebok

NIKE

BRANDWORLD

Mentor 20-25
Lis 20-27
Sis 20-27



Verksamhetsbeskrivning

Kläder och skor är de produkter som vi kanske främst associerar till mode även om många andra produkter idag följer modets trender. Modet avspeglar en tidsanda och ibland en livsstil där flera etablerade starka varumärken marknadsför inte bara kläder utan attraherar kunder genom att sälja in just en livsstil.

Det finns produkter inom alla prisklasser och flera varumärken försöker öka sina marknadsandelar genom att marknadsföra sina produkter inom mer än ett prissegment. I dagsläget är det svårt för många etablerade varumärken såsom Nike, Puma, Adidas, Helly-Hansen, Champion m.fl. att öka sina marknadsandelar med befintlig distribution. Den egna försäljningen har fått hård konkurrens av s.k. private brands (produkter som detaljhandeln säljer under eget varumärke). Varumärkesleverantörerna är därför intresserade av att öka sina respektive marknadsandelar inom de lägre prissegment, som de i dagsläget har en mycket liten andel av. Det är i denna marknadssituation som BrandWorld har funnit sin egen nisch.

BrandWorlds koncept

BrandWorld marknadsför märkeskläder till lågt pris från världsledande leverantörer på den svenska marknaden. Bolaget har koncentrerat sig på produkter inom sport, fritid och s.k. street ware. Begreppen Sport och fritid talar för sig själv medan street ware är ett yngre uttryck, kanske mer något av en livsstil som började användas under 1980-talet. Devon Griffith, som är chefsdesigner på ett av de varumärken som säljer in begreppet street wear, har sagt så här: *Street wear is youth – it's a retro 80s look inspired by the sneaker culture and hipsters on New York's Lower East Side.* But, *don't confuse street wear with Urban fashion – looking like the Fresh Prince of Bel-Air is miles away from the dark denim, baggy clothing and white sneakers that defined the inner-city's Urban look.* *"American Apparel, H&M, Uniqlo – the whole design concept is based on street wear.*



BrandWorld är verksamt på en marknad som till stor del domineras av stora kedjor som t.ex. HM, Bik-Bok, Gina Tricot, Stadium, Intersport, JC, Din Sko m.fl. Bolaget konkurrerar därför om de konsumenter som brukar handla produkter inom de lägre prissegmenten av den totala marknaden. Tillsammans med sina varumärkespartners skapar BrandWorld ett sortiment och en utveckling som direkt konkurrerar med private brands. Alla BrandWorlds partners är stora och väl-etablerade företag men med liten, på snudd till försumbar, distribution inom lägre prissegment. För att nå ut till så många konsumenter som möjligt är det av stor vikt för dem att även vara representerade i lägre prissegment och BrandWorld är deras möjlighet att nå nya konsumenter och ta fler andelar av den totala marknaden.

Det som gör BrandWorlds koncept unikt för kunden är utbudet av märkeskläder från välkända leverantörer till låga priser, priser som ligger i samma lågprisprissegment som de etablerade kedjornas, men där man bland de etablerade kedjorna endast finner egna märken s.k. privat brands. Hos BrandWorld hittar man allt från Björn Borg till Billabong. BrandWorld har valt att ytterligare stödja sin affärsidé med att bygga upp ett koncept som innefattar en enhetlig design på butikernas inredning och marknadsföringsmaterial samt genom att lokalisera butikerna till handelsområden i större tätorter. BrandWorlds konceptbutiker finns idag på fyra platser i Sverige; Lund, Göteborg, Växjö och en nyöppnad butik i Sundsvall. Bolaget BrandWorld driver också sex stycken butiker med namnet Märkesoutlet. Målsättningen är att göra

om flertalet av dem till BrandWorld butiker och helt och hållet driva verksamheten på ett sätt som inte förknippas med den klassiska outlet affärsidén. BrandWorlds koncept är nytt och skiljer sig från outlet konceptet genom att:

- BrandWorld gör planerade inköp av produkter genom grundorderläggning från årets kollektion som inte marknadsförs via de stora kedjorna i Sverige – till skillnad mot outletbutiker som köper in osorterade partier av restprodukter.
- BrandWorld kan genomföra planerade säsongsrelaterade marknadsaktiviteter eftersom inköpen sker av sorterade produkter – till skillnad från en outletbutik där det är det tillfälliga partiet som avgör vad som finns i butiken.
- BrandWorld butikerna etableras vid handelslägen som har en hög volym av handel, t.ex. köpcentrum, som gör det möjligt att konkurrera i den dagliga behovsrelaterade försäljningen – till skillnad från destinationshandel med betoning på "fyndshopping".

Målsättningen är att de kunder, barnfamiljer såväl som ungdomar och vuxna, som åker till de större affärskedjorna för att handla kläder och skor efter behov nu också skall inkludera BrandWorld till de butiker de vanligen besöker. Det skall bli möjligt för dem att för samma inköpssumma kunna välja på märkeskläder från kända varumärke som de normalt väljer bort på grund av prisläget.

Affärsidé

BrandWorld skall erbjuda högkvalitativa varumärken från världsledande leverantörer av kläder, skor och andra premium produkter för sport och fritid på ett lättillgängligt sätt och till så attraktiva priser att kunder som i normala fall inte köper premiumvarumärken väljer att göra det.

Målsättningar

BrandWorld ser en stor potential för sitt koncept. Det finns utrymme för en BrandWorldbutik på de flesta orter i Sverige. Bolagets målsättning är att åstadkomma en snabb expansion, men under bibehållen lönsamhet.



Strategi på kort sikt

- Påbörja omvandlingen av Märkesoutlet Malmö enligt BrandWorlds butikskoncept.
- Implementera ett nytt logistiksystem som ger förutsättningar för ett förbättrat inköpsarbete och en ökad lageromsättningshastighet.
- Starta en webbutik.
- Fokusera på nyetableringar i tätorter med mer än 30 000 invånare och volymhandelscentrum.

Strategi på längre sikt:

BrandWorld arbetar tillsammans med väletablerade varumärken såsom Nike, Adidas, Reebok, Helly-Hansen, Disney, Casall, Billabong, Champion, m.fl. för att skapa ett sortiment som attraherar kunder som annars väljer produkter från s.k. private brands. Eftersom sortimentet inte konkurrerar med varumärksleverantörernas sortiment hos fullpriskedjorna, såsom Intersport och Stadium, får BrandWorld acceptans för att bedriva sin verksamhet i citynära lägen och har möjlighet att sluta löpande leveransavtal. Löpande leveranser ger BrandWorld möjlighet att ha samma produktsortiment i alla butiker och Bolaget kan därmed också dra nytta av de synergier och skaleffekter som det innebär att kunna arbeta i ett kedjekoncept. BrandWorld ser en potential för konceptet i hela Norden och kommer att fördjupa samarbetet med varumärksleverantörerna för att få dem att producera speciella serier för BrandWorld.

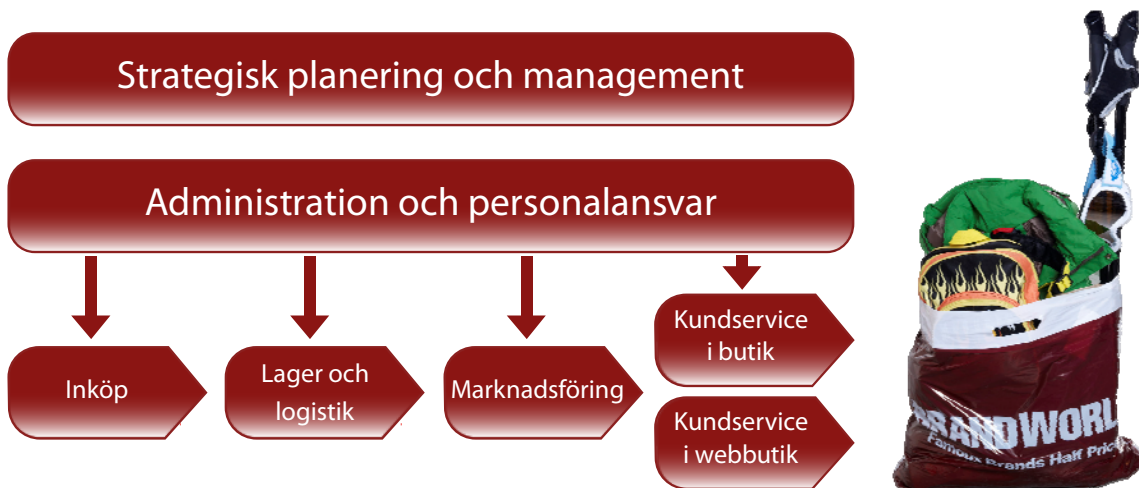
Exempel på partners:

Nike, Puma, Adidas, Reebok, Haglöfs, Helly-Hansen, Umbro, Quiksilver, WESC, Disney, Casall, Billabong, Hummel, Champion, Björn-Borg, Musto, Sebago, Scholl, Viking, Timberland, Tenson, O'Neill, Panos Emporio, SVEA och Asics.



Värdekedja

BrandWorld har inköpare med lång och gedigen erfarenhet från branschen vilket garanterar att butikerna kan hålla en prisnivå som är unik för Sverige. Valet av vilka varor som skall köpas in styrs dels av vilka produkter som finns tillgängliga dels på kunskap och erfarenhet om marknadens volymbehov i olika segment samt vetskapen om vid vilka tidpunkter på året konsumenterna köper olika typer av varor.



Kostnads och intäktsstruktur

Intäkterna är varierande över året på grund av säsongsvariande försäljning där december traditionellt sett är den bästa månaden. Bolagets främsta löpande kostnader består i dagsläget av kostnader för lagerhållning, personal och marknadsföring. När nya butiker öppnas krävs investeringar av engångskaraktär för inredning och varulager. Kostnaderna för lagerhållning och logistik kommer att minskas med ett nytt lagersystem, vilket också är en förutsättning för att driva en kostnadseffektiv webbutik.

SWOT

Styrkor:

- Stor kunskap om och erfarenhet av inköp.
- Gedigen erfarenhet från branschen.
- Bolagets etablering på volymhandelsområden i tätort.
- Ett tydligt koncept som redan visat sig attrahera kunder.
- Acceptans från varumärkesleverantörer att etablera butiker på volymhandelsområden, där det idag inte finns butiker med liknande affärsidé.

Möjligheter:

- Kan snabbt ta marknadsandelar genom att vara tidiga med en ny nisch i branschen.
- Att fler s.k. premium brands vill utnyttja möjligheten och på så sätt stärka Bolaget med fördelaktiga inköpsavtal.

Svagheter:

- Periodvis stora lager och något lägre produktmarginaler (pris till kund/inköpspris) än konkurrenter i högre prisläge om inte inköpspriser pressas ytterligare.
- BrandWorld är än så länge inte ett känt och etablerat varumärke.

Hot:

- Att de större kedjorna skulle börja överge sina private brands till förmån för premium varumärken.
- Att ett stort etablerat bolag börjar med en liknande affärsidé.
- Att bolaget inte kan finansiera nyetableringar.

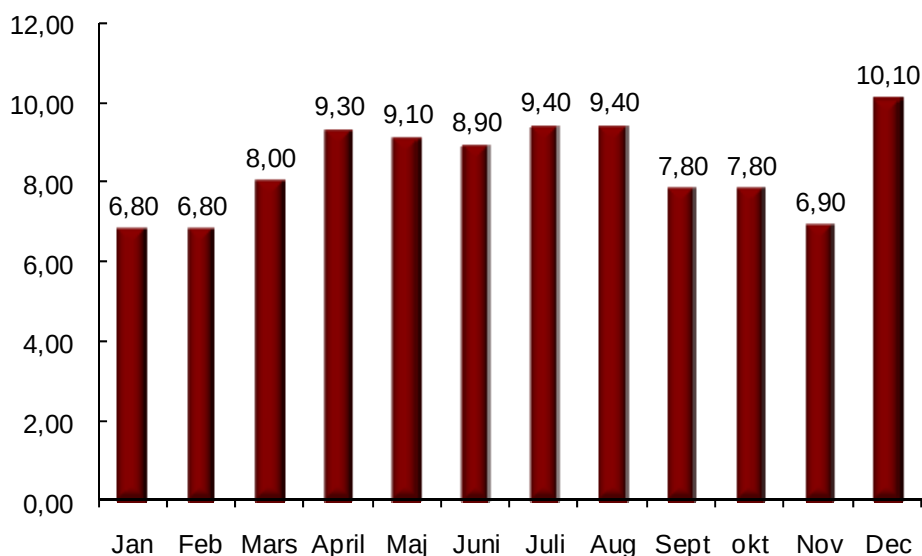
Organisation

BrandWorld sysselsatte 2009 motsvarande 40 heltidstjänster. Bolagets ledningsgrupp består av VD med marknadsansvar, ekonomichef med personalansvar och inköpschef. Varje butik leds av en butikschef som i sin tur rapporterar direkt till ekonomichefen. Ekonomichefen och inköpschefen rapporterar direkt till VD.

Marknad

Att hålla sig sund och frisk har fått en bred förankring i Sverige och blivit allt viktigare under 2000-talet. Sport- och fritidshandeln som har ökat kraftigt de senaste tio åren säljer kläder, skor och allt som behövs för att ta hand om sin kropp och hälsa. Kläder, skor och sport/fritid är tre branscher som är nära knutna till varandra och alla tre följer nya trender som ställer krav och förväntningar på både verksamhet och sortiment. Totalt omsätter dessa tre branscher tillsammans över 75 miljarder kronor. Försäljningens fördelning över året kan utläsas av bilden nedan.

Sport- och fritidshandelns försäljning i procent fördelat per månad 2008



Den totala marknaden för varor inom sport- och fritidshandeln i Sverige uppgick år 2008 till 17,6 miljarder kronor och den har nästan fördubblats sedan 1998. För denna bransch, liksom som för flera andra, är december årets viktigaste månad. Under denna period omsätts ungefär 10 procent av helårsomsättningen. Våren och sommaren är också oftast en bättre period än höst och vinter om inte det blir mycket snö och kallt vilket kan påverka försäljningen positivt. Även om sport- och fritidshandeln är koncentrerad till storstadsregionerna Stockholm, Västra Götaland och Skåne, så är den mindre koncentrerad än många andra branscher i detaljhandeln. De nordliga länen som Västmanland, Jämtland, Västerbotten och Norrbotten står för 22,5% av marknaden vilket är mer än till exempel klädbranschen där motsvarande andel bara uppgår till 15,1%. När det gäller försäljning via Internet har framförallt försäljningen av skor ökat under det senaste året. 2008 fanns det totalt 3397 sport- och fritidsbutiker i Sverige som ägs av 3155 olika företag och det finns en tydlig trend under de senaste fem åren mot allt färre, men större butiker och större företag. Det är främst andelen riktigt små butiker som minskar i antal.

Källa: Svensk Handel Stils Branschrapport – Sport- och fritidshandeln - 2009

Marknadsföringsstrategi

Bolagets planerar marknadsföringen för sina produkter säsongsvist främst genom annonser i dagspress på de orter där BrandWorld finns etablerat samt i dess närregion. Marknadsföring i sociala medier via Internet t.ex med hjälp av Google annonser, bloggar och Facebook kommer också att vara en del av bolagets marknadsstrategi. Vidare kommer Bolagets hemsida och internetshop att byggas ut för att hantera både marknadsföring och försäljning via nätet.

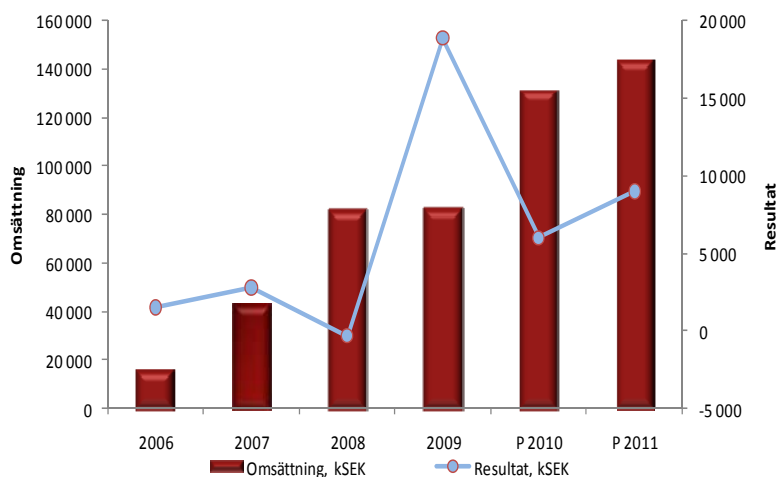
Kunder

BrandWorlds kunder kommer främst från Sverige. I Skåne kommer även en hel del kunder från Danmark då det under de senaste åren varit fördelaktigt för danskar att handla på den svenska sidan av Öresund. BrandWorld marknadsför produkter till både barn och vuxna och riktar sig därför till barnfamiljer, ungdomar och vuxna kunder i alla åldrar.

Konkurrenter

Bolagets främsta konkurrenter är starkt centraliserade kedjor som t.ex. HM, KappAhl, Lindex, Dressman, Cubus, Carlings, Bik-Bok, Gina Tricot, Indiska, Stadium, Intersport, Team Sportia, JC, DinSko, Skopunkten m.fl. Samtliga dessa bolag har som affärsidé att sälja produkter under eget varumärke i varje marknadssegments nedre prisintervall. Det är också i detta prisintervall som BrandWorld skall verka, med den skillnaden att man erbjuder produkter från flera välkända s.k. premium varumärken, som normalt marknadsförs i ett högre prisintervall.

Omsättning och resultat



Den beräknade omsättningsökningen mellan åren 2009 och 2010 beror huvudsakligen på att butikerna i Båstad och Sundsvall finns med under hela 2010, men bara 4 resp. drygt 1 månad 2009 och att butiken i Värnamo tillkommit från och med 1 februari 2010. Omsättningsökningen mellan åren 2010 och 2011 speglar en rent organisk tillväxt. Om BrandWorld öppnar fler butiker, vilket avses, kommer såväl omsättning som resultat att påverkas positivt. Effekten är avhängig var dessa butiker öppnas. Av resultatet 2009 utgörs 23,6 MSEK av en s.k. ackordsvinst. Resultatet har påverkats mycket negativt under 2008 och 2009 av den likviditetskris som bolaget befunnit sig i. Bolaget har inte kunnat upprätthålla tillräckligt varutryck eller annonsera i önskvärd utsträckning. När rekonstruktionen nu är genomförd, förutses lönsamheten återgå till en mer normal nivå.

BrandWorld, kort historik

Redan år 2000 träffades Niklas Larsson, Daniel Nilsson och Andreas Olofsson som omgående känner att de trivs ihop och vill starta något tillsammans. Niklas och Daniel driver redan Äventyrsbutiken med inriktning på partihandel inom jakt och fiske.

2004

Bolaget som skall komma att bli BrandWorld bildades som ett lagerbolag och förvärvades av Niklas och Daniel som namnändrade bolaget till Ä-but i Värnamo AB, där Ä-but är en förkortning av Äventyrsbutiken. Bolaget får strax därefter ytterligare en ägare Andreas.

2005

En sommarbutik testkörs i Halmstad under namnet Märkesoutlet. Niklas, Andreas och Daniel är övertygade om att det finns en framtid baserad på kända varumärken till låga priser.

2006

Bolaget ändrade namn till Märkesoutlet i Kivik AB och påbörjade sin nuvarande verksamhet. Bolaget öppnade i rask takt butiker i Malmö, Båstad samt två butiker i Kivik. Redan efter sommaren påbörjas en utbyggnad av Malmöbutiken med 2 700 m².

2007

Bolaget öppnar butiker i Löddeköpinge/Center Syd, Värnamo och Skene. Butiken i Båstad flyttas och får dubbel försäljningsyta samtidigt som man bygger ut butiken i Malmö ytterligare. Bolaget ändrade namn till Brandworld Sverige AB och ett nytt koncept tar form.

2008

BrandWorld öppnar butiker med sitt nya koncept i Göteborg, Växjö och Lund. Den globala finanskrisen drabbar dock BrandWorlds försäljning negativt och som en följd av detta inleder Bolaget diskussioner med externa investerare. Investerarna drar sig dock tillbaka då även de drabbats av den ekonomiska krisen.

2009

BrandWorld genomgår en rekonstruktion och tar in externt kapital från Svenska Generationsskiften samtidigt som Bolaget förbereder en listning på AktieTorget. Med ny styrka kan BrandWorld fullfölja sina planer och öppnar som planerat en butik i Sundsvall.

Finansiell utveckling i sammandrag

I denna sektion redovisas den historiska finansiella utvecklingen för BrandWorld för räkenskapsåren 2006-2009 samt prognos för 2010. Informationen avseende räkenskapsåren är hämtade ur BrandWorlds reviderade räkenskaper som upprättats i enlighet med Årsredovisningslagen och Bokföringsnämndens allmänna råd.

	Prognos 2010	2009	2008	2007	2006
Resultaträkning					
Nettoomsättning	131 915	83 187	82 213	43 540	16 057
Ackordsvinst		22 260			
Övriga rörelseintäkter		58	70	55	25
Aktiverat arbete för egen räkning			2 200	0	0
Summa intäkter	131 915	105 505	84 483	43 596	16 082
Handelsvaror	-74 532	-50 081	-50 438	-27 594	-9 772
Övriga externa kostnader	-23 345	-19 603	-16 159	-5 774	-2 113
Personalkostnader	-20 864	-14 572	-15 249	-6 056	-2 267
Avskrivningar och nedskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar	-3 500	-2 781	-1 815	-712	-277
Rörelseresultat	9 674	18 468	822	3 459	1 653
Resultat före bokslutsdispositioner och skatt	6 903	16 803	-344	2 799	1 520
Balansräkning					
Summa anläggningstillgångar	10 354	12 654	12 633	2 573	1 108
Summa omsättningstillgångar	44 510	30 878	35 736	24 066	8 876
Summa tillgångar	54 864	43 532	48 369	26 639	9 984
Eget kapital	33 385	22 053	2 146	2 219	862
Obeskattade reserver	0	0	1 104	1 375	486
Långfristiga skulder	0	284	5 701	1 764	0
Kortfristiga skulder	21 479	21 195	39 418	21 281	8 636
Summa eget kapital och skulder	54 864	43 532	48 369	26 639	9 984
Kassaflöde					
Kassaflöde från den löpande verksamheten	3 732	10 791	6 106	-339	1 618
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-1 200	-2 802	-11 875	-1 465	-1 385
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	5 100	-3 408	5 872	1 764	-174
Årets kassaflöde	7 632	4 581	103	-40	59
Soliditet %	55	51	6	12	12
Medelantalet anställda	49	40	65	26	9

Kommentarer till den finansiella utvecklingen

Under de första tre kvartalen 2008 redovisade verksamheten positivt resultat. Den finansiella oron som uppträdde under årets senare del innebar kraftigt minskad omsättning vilket medförde att Bolaget för året redovisade en mindre förlust. Bolagets etableringskostnader under 2008 uppgick till 15 mSEK vilka till viss del aktiverats.

Under 2009 drabbades bolaget av akut likviditetsbrist, vilket medförde stora svårigheter för den fortsatta driften av verksamheten. Bara under det första kvartalet 2009 redovisade bolaget en förlust på 4,8 mSEK. Den 23 mars 2009 ansökte bolaget om att få genomgå en företagsrekonstruktion vilken avslutades den 30 november 2009. Ackordet vann laga kraft den 21 december 2009 och betalningen erlades den 20 januari. Akordsvinsten uppgick till ca 23 mSEK, och bolagets egna kapital uppgick vid årsskiftet till ca 22,1 mSEK. Sedan årsskiftet har det egna kapitalet förstärkts med ytterligare 2,5 mSEK genom en riktad emission

Vid 2009 års utgång uppgick bolagets kassa och outnyttjade checkräkningskredit till 8,1 mSEK. Sedan dess förstärktes kassan genom bolagets positiva kassaflöde, genom emissionen om 2,5 mSEK till Svenska Generationsskiftens aktieägare, genom utökade krediter från finansinstitut om 6,2 mSEK samt genom att bolaget, i och med rekonstruktionens upphörande, kunnat övergå från kontant betalning till betalning på normala kreditvillkor. Detta gjorde att ackordet om drygt 11 mSEK planenligt kunde betalas den 20 januari.

Aktiekapitalets utveckling och ägarstruktur

Handel på AktieTorget

Bolaget har godkänts av AktieTorgets styrelse för upptagande till handel på AktieTorgets handelslista under förutsättning att spridningskravet för aktien är uppfyllt. Resultatet av emissionen kommer att offentliggöras via ett pressmeddelande i anslutning till att teckningstiden avslutats. Första handelsdag är beräknad till 29 mars 2010.

Handelsbeteckningen kommer att vara BRAW.

ISIN-kod är SE0003171685

Aktiekapital

Aktiekapitalet i BrandWorld uppgår till 650 000 kronor fördelat på 6 500 000 aktier med ett kvotvärde på 0,10. Varje aktie äger lika rätt till andel i bolagets tillgångar och vinst. Utbetalning av kontant utdelning sker genom Euroclear/VPC. Bolagets aktier berättigar till 1 röst per aktie på bolagsstämma. Vid bolagsstämma får varje röstberättigad rösta för fulla antalet röster av honom eller henne ägda och företrädade aktier utan begränsning till röstetalet. Aktien är denominerad i SEK. Genom förestående nyemission av 750 000 aktier kommer aktiekapitalet att öka med 75 000 SEK. Aktiekapitalet i bolaget kommer efter emissionen att uppgå till 725 000 SEK

År	Transaktion	Ökning av aktiekapitalet	Ökning av aktier	Totalt antal aktier	Aktiekapital	Aktiens kvotvärde	Emissionskurs
2004	Bolagsbildning	100 000	1000	1000	100 000	100	
2009	Split 2 175:1		2 174 000	2 175 000	100 000	ca. 0,046	
2009	Nyemission	162 069	3 525 000	5 700 000	262 069	ca. 0,046	ca.0,57
2009	Fondemission	307 931	0	5 700 000	570 000	0,10	
2010	Nyemission	80 000	800 000	6 500 000	650 000	0,10	3,2
2010	Pågående nyemission	75 000	750 000	7 250 000	725 000	0,10	4

Bemyndigande

Den extra bolagsstämman 2009-08-21 bemyndiga styrelsen att, vid ett eller flera tillfällen under tiden fram till nästa årsstämma, fatta beslut om nyemission av aktier, konvertibla skuldebrev och/eller teckningsoptioner motsvarande sammanlagt högst 6 525 000 aktier. Styrelsen bemyndigas fatta beslutet med avvikelse från aktieägarnas företrädesrätt och/eller med bestämmelse om apport eller eljest med villkor enligt 2 kap 5 § andra stycket 1-3 och 5 aktiebolagslagen eller genom kvittning.

Optionsavtal

BrandWorld Sverige AB har ställt ut teckningsoptioner till Svenska Generationsskiften AB. Svenska Generationsskiften har i sin tur ställt ut köpoptioner till Andreas Olofsson, Niklas Larsson och Daniel Nilsson på de aktier som kan tecknas inom ramen för teckningsoptionen. Köpoptionen har ställts ut på samma villkor som teckningsoptionen. Optionen innebär att Andreas Olofsson, Niklas Larsson och Daniel Nilsson har rätt att köpa vardera 268 600 aktier, sammanlagt 805 800 aktier, till kurs 6,21 kronor av Svenska Generationsskiften, aktier som tecknas av Svenska Generationsskiften på samma villkor. Teckningsoptionen som kan utnyttjas fram till den 31 mars 2012, innebär en utspädning om ca 10% om den utnyttjas.

Ägarstruktur

Antal aktieägare i BrandWorld uppgick den 1 februari 2010 till 32

Namn	Antal aktier	Innehav
Svenska Generationsskiften	3 525 000*	54,23
Niklas Larsson	721 000	11,10
Andreas Olofsson	696 000	10,70
Daniel Nilsson	696 000	10,70
Per Stenbäck	87 000	1,34
Thomas Tell	85 000	1,31
Stiftelsen Henry och Gerda Dunkers Donationsfond 2	60 000	0,92
Övriga (25 stycken)	630 000	9,70
Totalt	6 500 000	100

Efter genomförd nyemission

Namn	Antal aktier	Innehav
Svenska Generationsskiften	3 525 000*	48,62
Niklas Larsson	721 000	9,94
Andreas Olofsson	696 000	9,60
Daniel Nilsson	696 000	9,60
Per Stenbäck	87 000	1,20
Övriga	775 000	10,69
Pågående emission	750 000	10,35
Totalt	7 250 000	100

*Svenska Generationsskiften AB har drygt 30 aktieägare. De ägare som har flest röster i bolaget är Fredrik Herslow, MA-system, som ägs till 100% av Per Grettve, Per-Olof Jönsson, Per Paulsson. Dessa äger vardera 7,12% av kapitalet och representerar vardera 17,75% av rösterna. Fredrik Herslow och Per Grettve ingår i styrelsen för BrandWorld.

Lock-up agreement

De fyra huvudägarna i Brandworld Sweden AB, Svenska Generationsskiften AB, Niklas Larsson, Andreas Olofsson och Daniel Nilsson ser sina aktieinnehav som en långsiktig placering. Brandworld Sweden AB undertecknade den 7 januari 2010 ett lock-up avtal med parterna som innebär att parterna förbinder sig att behålla hela sitt nuvarande innehav i Bolaget i minst 18 månader, räknat från första dag aktien handlas på AktieTorget. Om likviditeten i handeln med bolagets aktie så kräver, har Svenska Generationsskiften emellertid rätt att efter 6 månader sälja mindre delar av sitt innehav. Svenska Generationsskiften ska dock inför varje sådan försäljning inhämta AktieTorgets godkännande. Svenska Generationsskiftens innehav av totalt antal utställda aktier kommer emellertid inte att understiga 40% under de första 12 månaderna och 35% under den återstående lock-up perioden.

Aktieägaravtal och hembud

Såvitt BrandWorlds styrelse känner till existerar inga aktieägaravtal eller motsvarande avtal som kan komma att leda till att kontrollen över Bolaget förändras. Bolagsordningen innehåller inte någon klausul om hembud.

Utdelningspolicy

Styrelsens mål är att utdelningen genomsnittligt över tiden ska uppgå till minst 25 procent av Bolagets resultat efter skatt. Vid beslut om förslag till utdelning kommer dock BrandWorlds expansionsmöjligheter, konsolideringsbehov, likviditet samt finansiella ställning i övrigt att beaktas.

Styrelse

Fredrik Herslow (f 1961)

Styrelseordförande

Styrelseledamot i BrandWorld sedan 2009. VD för F. Herslow & Partners AB. Var anställd som finanschef för KABI i slutet av 1980-talet, och för SAAB Automobile gruppen i början av 1990-talet. 1994 utsågs Fredrik till VD för Nova Medical Calab. Under 1999 tillträdde han tjänsten som VD för Wilhelm Sonesson. Fredrik bedriver sedan 2003 egen verksamhet.

- Övriga styrelseuppdrag: Styrelseordförande i Gallebjer AB, Arozzi Design AB, Inspirationsbutik i Sverige AB, styrelseledamot i Exini Diagnostics AB, TFS Trial Form Support International AB, Reologica Instruments AB, F. Herslow & Partners AB, AB Lindholmens Gård, Extern VD i Svenska Generationsskiften AB, samt styrelsesuppleant i Triple Promotion AB.
- Tidigare styrelseuppdrag: Styrelseledamot i SBS Entreprenad AB och i Brimstone International AB.
- Antal Aktier: Direkt och indirekt via Svenska Generationsskiften 250 890.
- Kontorsadress: F. Herslow & Partners AB, Prosgatan 2, 211 25 Malmö



Per Grettve (f 1947)

Styrelseledamot

Styrelseledamot i BrandWorld sedan 2009. Per Grettve är grundare av, ledamot och VD för, MA-system AB, som erbjuder IT-system och konsulttjänster inom området logistik.

- Övriga styrelseuppdrag: Styrelseledamot i Svenska Generationsskiften AB, MA-system AB, MA-system Consulting AB, MA-system Utbildnings AB, PipeChine Sverige AB, PipeChain AB, K2C in Sweden AB och Light Energy Sweden AB,
- Tidigare styrelseuppdrag: Consafe Logistics Consulting AB och Consafe Logistics AB .
- Antal Aktier: Direkt och indirekt via Svenska Generationsskiften 260 890
- Kontorsadress: MA-System AB, Porfyrvägen 14, 224 78 Lund



Niklas Larsson (f 1968)

Styrelseledamot och Verkställande direktör

Styrelseledamot i BrandWorld sedan 2004. Niklas har 20 års erfarenhet från konfektion, skor och sport/fritid med inriktning på etablerade varumärken. Har varit aktiv delägare Intersport i Halmstad under åren 1991 - 2005 samt Sverigechef för Converse Scandinavia AB.

- Övriga styrelseuppdrag: Styrelseledamot i Golv Olle i Halmstad AB och Äventyrsbutiken i Marbäck AB.
- Inga tidigare styrelseuppdrag
- Antal Aktier: 721 000
- Kontorsadress: BrandWorld AB, Avtalsvägen 13, 227 61 Lund



Mats Olsson (f 1964)

Styrelseledamot

Styrelseledamot i BrandWorld sedan 2010. Försäljnings- och marknadschef för Hemtex AB sedan 2009.

Var VD för Stadium Sverige, Danmark och Finland från 1998-2007 och Global Retailchef för Helly Hansen 2007-2009.

- Inga övriga eller tidigare styrelse uppdrag
- Antal Aktier: 0
- Kontorsadress: Hemtex AB, Västmannagatan 14, 111 24 Stockholm



Andreas Olofsson (f 1969)

Styrelseledamot och ekonomichef

Styrelseledamot i BrandWorld sedan 2006. Har tidigare drivit egen jaktbutik i Arlööv. Andreas har arbetat på Stadium som butikschef och även centralt i organisationen med inköpsfrågor och produktutveckling samt på Adidas som Key Account manager i den svenska verksamheten.

- Övriga uppdrag: Delägare i Jakt Camo KB
- Inga tidigare styrelseuppdrag
- Antal Aktier: 696 000
- Kontorsadress: BrandWorld AB, Avtalsvägen 13, 227 61 Lund





Andreas Olofsson, Niklas Larsson och Daniel Nilsson bildade det som skulle komma att bli BrandWorld 2004, de har dessförinnan samarbetat i olika former.

Niklas Larsson (f 1968)

Verkställande direktör

20 års erfarenhet från konfektion, skor och sport/fritid med inriktning på etablerade varumärken. Har varit aktiv delägare Intersport i Halmstad samt Sverigechef för Converse Scandinavia AB.

Antal Aktier: 721 000

Andreas Olofsson (f 1969)

Ekonomichef

Har tidigare drivit egen jaktbutik i Arlöv. Andreas har arbetat på Stadium som butikschef och även centralt i organisationen med inköpsfrågor och produktutveckling samt på Adidas som Key Account manager i den svenska verksamheten.

Antal Aktier: 696 000

Daniel Nilsson (f 1975)

Inköpschef

Har i 10 år drivit eget säljbolag mot sport, mode och skofackhandeln där han sålt och marknadsfört varumärken som Fred Perry, Viking och Didriksons.

Antal Aktier: 696 000

Revisor 2006-2009

Mats Johansson

Godkänd revisor, MJ Revision

Innehar inga aktier i bolaget

Revisor 2009-

Revisorsgruppen i Malmö AB, med den auktoriserade revisorn Thomas Jönsson som huvudansvarig revisor.

Löner, ersättningar och övriga upplysningar

Styrelseledamöterna i BrandWorld valdes vid den extra bolagsstämman i Brandworld Sverige AB den 22 december 2009 samt vid den extra bolagsstämman den 27 januari 2010. Uppdraget för samtliga styrelseledamöter gäller till slutet av nästa ordinarie årsstämma, som är planerad att äga rum i maj 2010. En styrelseledamot äger rätt att när som helst frånträda uppdraget. Det föreligger inte någon potentiell intressekonflikt för befattningshavare i förhållande till uppdraget i BrandWorld. Ingen har träffat någon särskild överenskommelse med större aktieägare, kunder, leverantörer eller andra parter enligt vilken överenskommelse befattningshavaren valts in i styrelsen i BrandWorld eller tillträtt sin anställning som VD. Något avtal från medlemmarna av förvaltnings-, lednings-, eller kontrollorgan har ej slutits med emittenten om förmåner efter det att uppdraget avslutats.

Bolaget har låtit göra en utredning avseende BrandWorlds styrelseledamöter och verkställande direktör där det framkommit att Niklas Larsson, styrelseledamot och VD varit ledamot i Lambert Jepsson Sport AB och kommanditdelägare Lambert Jepsson Sport Kommanditbolag, där konkurs inletts 2009. Konkursen är ännu ej avslutad, men bolaget har efter samtal med konkursförvaltaren förstått att denne inte har anledning att misstänka några som helst oegentligheter. Svenska Generationsskiften har ett portföljbolag vid namn Reologica Instruments AB. I september 2009 avled bolagets VD efter en kort tids sjukdom. Då VD var ansvarig för Reologicas försäljning och marknadsaktiviteter har bolaget drabbats hårt av den omsättningsnedgång som följde den tragiska bortgången och företaget har kommit att uppvisa stora förluster. I ett försök att rädda bolaget inleddes den 25 januari 2010 en företagsrekonstruktion. Fredrik Herslow är styrelsemedlem i Reologica och har inför rekonstruktionen formellt påtagit sig VD ansvaret i bolaget. I övrigt kan det konstateras att ingen av de nämnda personerna under de senaste fem åren varit ställföreträdande i bolag som försatts i konkurs, likvidation eller genomgått företagsrekonstruktion utöver företagsrekonstruktionen i BrandWorld. Det kan vidare konstateras att det inte föreligger några familjeband mellan ovan angivna personer, samt att de fyra huvudägarna i Brandworld Sweden AB, Svenska Generationsskiften AB, Niklas Larsson, Andreas Olofsson och Daniel Nilsson tecknat ett avtal med Brandworld Sweden AB som innebär att parterna förbinder sig att behålla sitt innehav i Bolaget i minst 18 månader, räknat från första handelsdag på AktieTorget.

Ersättningar till styrelse

Vid den extra bolagsstämman 2009 beslutades att ersättning skall uppgå till sammanlagt 50 000 för de som inte är anställda av BrandWorld eller F. Herslow & Partners. Då ordföranden är anställd av Herslow & Partners utgår inget arvode till ordföranden. Under räkenskapsåret 2008 utgick inga arvoden till styrelsen ej heller några särskilda pensionskostnader.

Ersättningar ledande befattningshavare

Med verkan från och med den 1 november 2009 har bolaget slutit anställningsavtal med Niklas Larsson, Andreas Olofsson och Daniel Nilsson innebärande att de uppbär en månadslön på 37 500 (27 000) kronor vardera. Vidare har de rätt till en pension motsvarande ITP-plan. Vid uppsägning från Bolagets eller någon av ledande befattningshavarnas sida uppgår uppsägningstiden till sex månader. Vidare innehåller anställningsavtalen en konkurrensklausul.

Ersättning till revisor

Mats Johansson, MJ Revision erhöll för 2008 ett arvode om 52 560 SEK.

Bolagsordning för Brandworld Sverige AB (publ), 556660-3550

1. Firma

Bolagets firma är Brandworld Sverige AB (publ.).

2. Styrelsens säte

Styrelsen har sitt säte i Lunds kommun.

3. Verksamhet

Bolagets skall bedriva försäljning av fritidskläder samt därmed annan förenlig verksamhet.

4. Aktiekapital

Aktiekapitalet utgör lägst 570 000 kronor och högst 2 280 000 kronor. Vid nyemission av aktier eller emission av teckningsoptioner eller konvertibler mot betalning kontant eller genom fordringskvittning gäller

- Att gammal aktie ger företrädesrätt till ny aktie av samma slag.
- Att aktie som inte tecknas av de i första hand berättigade aktieägarna ska erbjudas samtliga aktieägare, samt
- Att om inte hela antalet aktier som tecknas på grund av sistnämnda erbjudande kan ges ut, aktierna ska fördelas mellan tecknarna i förhållande till det antal aktier de förut äger och, i den mån detta ej kan ske, genom lottning.

Vad som ovan sagts ska inte innebära någon inskränkning i möjligheten att fatta beslut om nyemission av aktier eller emission av teckningsoptioner eller konvertibler mot betalning i kontanter eller genom fordringskvittning med avvikelse från aktieägarnas företrädesrätt. Vid ökning av aktiekapitalet genom fondemission har aktieägarna företrädesrätt till de nya aktierna i förhållande till det antal aktier de tidigare äger. Vad nu sagts ska inte innebära någon inskränkning i möjligheten att genom fondemission, efter erforderlig ändring av bolagsordningen, ge ut aktier av nytt slag.

5. Aktieantal

Antalet aktier i bolaget skall vara lägst 5 700 000 och högst 22 800 000.

6. Styrelse och revisorer

Styrelsen består av 3-10 ledamöter med högst 10 suppleanter. Den väljes årligen på års-stämman för tiden intill dess nästa årsstämma har hållits.

7. Revisorer

Bolaget ska välja 1-2 revisorer med eller utan revisorssuppleanter. Dessa väljes på Års-stämman för tiden intill slutet av den Årsstämma som hålls under det fjärde räkenskapsåret efter revisorsvalet.

8. Kallelse

Kallelse till bolagsstämma skall ske genom kungörelse i Post och Inrikes Tidningar och i Dagens Industri.

Kallelse till Årsstämma samt kallelse till extra bolagsstämma där frågan om ändring av bolagsordningen kommer att behandlas

ska utfärdas tidigast sex veckor och senast fyra veckor före stämman.

9. Årsstämma

Årsstämma hålles årligen inom 6 månader efter räkenskapsårets utgång. Vid årsstämman skall följande ärenden förekomma;

- 1) Val av ordförande vid stämman;
- 2) Upprättande och godkännande av röstlängd;
- 3) Godkännande av dagordning;
- 4) Val av en eller två protokolljusterare;
- 5) Prövning av om stämman blivit behörigen sammankallad;
- 6) Föredragning av framlagd årsredovisning och revisionsberättelse samt i förekommande fall koncernredovisning och koncernrevisionsberättelse;

7) Beslut

om fastställande av resultaträkning och balansräkning samt i förekommande fall koncernresultaträkning och koncernbalansräkning

om dispositioner beträffande vinst eller förlust enligt den fastställda balansräkningen

om ansvarsfrihet åt styrelseledamöter och verkställande direktör när sådan förekommer;

8) Fastställande av styrelse- och revisionsarvoden;

9) Val av styrelse och, i förekommande fall, revisorer samt eventuella revisorssuppleanter;

10) Annat ärende, som ankommer på stämman enligt aktiebolagslagen eller bolagsordningen.

Vid bolagsstämma må envar röstberättigad rösta för hela antalet av honom företrädde aktier, utan begränsning i röstetalet.

10. Räkenskapsår

Bolagets räkenskapsår skall vara 1 januari – 31 december.

11. Deltagande på stämman

För att få deltaga på bolagsstämma ska aktieägare anmäla sig samt antalet biträden hos bolaget före klockan 16.00 senast den dag som anges i kallelsen till stämman. Denna dag får ej vara söndag, annan allmän helgdag, lördag, midsommarafton, julafton eller nyårsafton och inte infalla tidigare än femte vardagen före stämman. Ombud behöver ej anmäla antalet biträden. Antalet biträden får högst vara två.

12. Avstämningsförbehåll

Den aktieägare eller förvaltare som på avstämningsdagen är införd i aktieboken och antecknad i ett avstämningsregister enligt 4 kap. Lagen (1998:1479) om kontoföring av finansiella instrument eller den som är antecknad på avstämningskonto enligt 4 kap. 18 § första stycket 6-8 nämnda lag skall antas vara behörig att utöva de rättigheter som följer av 4 kap. 39 § aktiebolagslagen (2005:551) Denna bolagsordning har antagits vid den extra bolagsstämman den 22 december 2009.

Legala frågor och kompletterande information

Allmänt

Brandworld Sverige AB, (publ) ("Bolaget") registrerades hos Bolagsverket den 17 april 2004. I sin nuvarande form har Bolaget bedrivit verksamhet sedan våren 2006. Styrelsen har sitt säte i Skåne län, Lunds kommun. Bolagets organisationsnummer är 556660-3550. Dess associationsform regleras av aktiebolagslagen (SFS 2005:551). gällande bolagsordning antogs vid extra bolagsstämma den 22 december 2009. Vid bolagsstämma får varje röstberättigad rösta för fulla antalet av honom ägda och företrädna aktier, utan begränsning i röstetalet. Alla aktier har samma rätt till andel av bolagets tillgångar och vinst. Bolaget har sitt säte på Avtalsvägen 13, 227 61 Lund. Telefonledes nås bolaget enklast genom VD Niklas Larsson på telefon 0733-60 09 09 eller genom Ekonomichef Andreas Larsson på telefon 0733-72 09 09. Bolaget är anslutet till Euroclear Sweden AB/VPC AB, Box 7822, 103 97 Stockholm.

Väsentliga avtal

Nedan beskrivs generellt de avtal som används i den löpande verksamheten. Bolaget bedriver sin verksamhet i förhyrda lokaler. Hyreskontrakten är av stor strategisk betydelse. På bra affärslägen med intressanta hyresnivåer strävar bolaget efter att sluta långsiktiga kontrakt för att säkerställa en god avkastning på den marknadsinvestering som görs i och med en etablering. För det fall etableringen känns osäkrare, men ändå värd att testa, strävar BrandWorld efter att sluta kortare kontrakt. De kontrakt som är slutna löper på allt mellan 3 och 10 år. Den återstående genomsnittliga hyrestiden är drygt 4 år. De kontrakt som löper längst förfaller 2018.

Lock-up agreement

De fyra huvudägarna i Brandworld Sweden AB, Svenska Generationsskiften AB, Niklas Larsson, Andreas Olofsson och Daniel Nilsson ser sina aktieinnehav som en långsiktig placering. Brandworld Sweden AB undertecknade den 7 januari 2010 ett lock-up avtal med parterna som innebär att parterna förbinder sig att behålla hela sitt innehav i Bolaget i minst 18 månader, räknat från första dag på AktieTorget. Om likviditeten i handeln med bolagets aktie så kräver, har Svenska Generationsskiften emellertid rätt att efter 6 månader sälja mindre delar av sitt innehav. Svenska Generationsskiften ska dock inför varje sådan försäljning inhämta AktieTorgets godkännande. Svenska Generationsskiftens innehav kommer emellertid inte att understiga 40% under de första 12 månaderna och 35% under den återstående lock-up perioden.

Rekonstruktion

BrandWorld beslutade den 23 mars 2009 att ansöka om att få genomgå en företagsrekonstruktion. Rekonstruktionsarbetet avslutades med ett borgenärssammanträde som hölls den 30 november 2009. Ackordet vann laga kraft den 21 december och betalningen erlades den 20 januari. Ackordsvinsten uppgick till ca 23 mSEK, och bolagets egna kapital uppgick därför vid det gångna årsskiftet till ca 22,1 mSEK.

Rättsliga förfaranden och skiljeförfaranden

Bolaget är inte och har inte varit part i något rättsligt förfarande eller skiljeförfarande som vid något tillfälle har eller har haft betydande effekter på Bolagets finansiella ställning eller lönsamhet. Bolagets styrelse känner inte heller till några omständigheter som skulle kunna leda till att något sådant rättsligt förfarande eller skiljeförfarande skulle kunna uppkomma.

Försäkringar

Bolaget har ett försäkringsprogram som styrelsen bedömt vara anpassat till Bolagets verksamhet. Försäkringsskyddet är föremål för löpande översyn.

Transaktioner med närstående

Bolaget har ett avtal med Svenska Generationsskiften om löpande konsultinsatser. För dessa insatser betalar BrandWorld en månadsavgift på 20 000 kronor. Mellan bolaget och AktieTorget Öresund, som är en bifirma till F. Herslow & Partners AB, finns ett avtal som innebär att AktieTorget Öresund är bolaget behjälpligt i arbetet med listningen och med emissionen och får för detta ett konsultarvode som maximalt kan uppgå till 120 000 kronor. Den 1 februari 2010 förvärvade BrandWorld butiken i Värnamo av bolaget Ä-but i Värnamo AB som ägs av Niklas Larsson och Daniel Nilsson. Butiken hade av olika skäl bedrivits i en annan juridisk enhet. Köpeskillingen som uppgår till ca 1,2 mSEK är beräknad som summan av 75% av lagrets inköpsvärde och av ett försiktigt bedömt marknadsvärde av inredningen, väl understigande bokfört värde. Köpeskillingen har bokförts som en skuld till Ä-but i Värnamo AB. Skulden amorteras i den takt som butiken i Värnamo genererar kassaflöde och beräknas därför vara fullt amorterat under 2010. Därutöver har inga avtal av större betydelse för Bolaget ingåtts. Bolaget har i övrigt inte lämnat lån, garantier eller borgensförbindelser till eller till förmån för några styrelseledamöter, ledande befattningshavare eller revisorer i Bolaget. Ingen av styrelseledamöterna eller de ledande befattningshavarna har haft någon direkt eller indirekt delaktighet i någon affärstransaktion med Bolaget som är eller var ovanlig till sin karaktär under nuvarande eller föregående räkenskapsår. Detta gäller även transaktioner under tidigare räkenskapsår som i något avseende kvarstår oreglerade eller oavslutade. Inte heller Bolagets revisor har varit delaktig i någon affärstransaktion enligt ovan.

Utestående optioner

Brandworld Sverige AB har ställt ut teckningsoptioner till Svenska Generationsskiften AB. Svenska Generationsskiften har i sin tur ställt ut köpoptioner till Andreas Olofsson, Niklas Larsson och Daniel Nilsson på de aktier som kan tecknas inom ramen för teckningsoptionen. Köpoptionen har ställts ut på samma villkor som teckningsoptionen. Optionen innebär att Andreas Olofsson, Niklas Larsson och Daniel Nilsson har rätt att köpa vardera 268 600 aktier, sammanlagt 805 800 aktier, till kurs 6,21 kronor av Svenska Generationsskiften, aktier som tecknas av Svenska Generationsskiften på samma villkor. Teckningsoptionen som kan utnyttjas fram till den 31 mars 2012, innebär en utspädning om ca 10% om den utnyttjas.

Skattefrågor i Sverige

Allmänt

Nedanstående sammanfattning avser att ge en övergripande information om beskattningen av kapitalinkomster för privatpersoner bosatta i Sverige samt för svenska aktiebolag. Sammanfattningen är baserad på bestämmelser som gällde vid tryckningen av detta memorandum. Dock bör varje person som överväger att köpa aktier konsultera sin skatterådgivare om vilka konsekvenser ett innehav och eventuell framtida försäljning kan innebära. För fysiska och juridiska personer bosatta i Sverige gäller nuvarande skatteregler i samband med detta emissionserbjudande. Beskrivningen gäller inte i utlandet hemmahörande personer och inte heller i de fall där aktier innehas som omsättningstillgång i näringsverksamhet eller innehas av handelsbolag.

Fysiska personer

Realisationsvinster på svenska aktier beskattas med 30 % i inkomstslaget kapital. Uppkommer realisationsförlust på svenska marknadsnoterade aktier och andra marknadsnoterade delägarätter (till exempel teckningsrätter och BTA) beaktas hela förlusten förutsatt att förlusten kan kvittas mot realisationsvinst i ett annat marknadsnoterat aktiebeskattat värdepapper. Avdraget måste utnyttjas samma år som förlusten uppkommit. Om avdraget inte utnyttjas i inkomstslaget kapital medges reduktion från skatten på inkomst av tjänst och näringsverksamhet. Reduktionen medges med 30 % av underskottet upp till 100 000 kr, och därutöver med 21 %. Utdelning på aktier i svenska aktiebolag beskattas med 30 % i inkomstslaget kapital för personer hemmahörande i Sverige. För aktieägare i andra länder utgår svensk kupongskatt med 30 % för utdelning. Denna skattesats är i allmänhet reducerad genom dubbelbeskattningsavtal med andra länder. Bolaget tar ej på sig ansvaret för att innehålla källskatt. Den preliminära skatten innehålls normalt av Euroclear eller, beträffande förvaltningsregistrerade aktier, av förvaltaren.

Juridiska personer

Juridiska personer beskattas vid utdelningar och realvinster i ett inkomstslag, inkomst av näringsverksamhet, med en statlig inkomstskatt på 26,3 %. Avdrag för realisationsförluster vid avyttring av värdepapper såsom aktier och andra aktieliknande värdepapper som innehas som kapitalplacering får dras av endast mot realisationsvinster vid avyttring av samma slag av värdepapper. Preliminärskatt för utdelning innehålls inte för svenska aktiebolag. Särskilda skatteregler gäller för vissa företagskategorier.

Skattskyldiga

För aktieägare utan skatterättslig hemvist i Sverige som erhåller utdelning från ett svenskt juridisk person innehålls normalt kupongskatt. Särskilda regler gäller dock för utdelning på Näringsbetingade aktier. Skattesatsen är 30 %. Denna skattesats är dock i allmänhet reducerad genom skatteavtal som Sverige ingått med andra länder för undvikande av dubbelbeskattning. Kupongskatten innehålls av Euroclear vid utdelningstillfället. Om aktierna är förvaltarregistrerade svarar förvaltaren för skatteavdraget. Aktieägare som är begränsat skattskyldiga i Sverige och som inte bedriver verksamhet från fast driftställe i Sverige beskattas normalt inte i Sverige för kapitalvinster vid avyttring av aktier. Aktieägare kan dock bli föremål för beskattning i sin hemviststat. Enligt en särskild regel kan fysiska personer som är begränsat skattskyldiga i Sverige bli föremål för kapitalvinstbeskattning vid avyttring av bland annat svenska aktier om de vid något tillfälle under det kalenderår då avyttringen skett eller under de föregående tio kalenderåren varit bosatta eller stadigvarande vistats i Sverige. Det är oklart om denna regel även kan komma att tillämpas på teckningsrätter. Tillämpligheten av regeln är dock i flera fall begränsad genom skatteavtal.

Utdrag ur BrandWorlds reviderade räkenskaper för åren 2006-2009

Nedanstående finansiell information avseende räkenskapsåren 2006-2009 är hämtad ur BrandWorlds reviderade årsredovisningar vilka har upprättats enligt Årsredovisningslagen och Bokföringsnämndens allmänna råd.

RESULTATRÄKNING, SEK

	Not	2009	2008	2007	2006
Nettoomsättning		83 187 186	82 213 141	43 540 209	16 057 634
Aktiverat arbete för egen räkning		0	2 200 000		
Ackordsvinst		22 259 773	0		
Övriga rörelseintäkter		58 187	69 577	55 446	24 850
Rörelsens kostnader					
Handelsvaror		-50 081 084	-50 438 032	-27 594 534	-9 772 598
Övriga externa kostnader	1	-19 602 797	-16 159 030	-5 773 746	-2 112 638
Personalkostnader	2	-14 571 620	-15 248 522	-6 055 795	-2 266 733
Avskrivningar och nedskrivningar av materiella och immateriella anläggningatillgångar	3	-2 781 160	-1 814 783	-712 581	-277 087
Summa rörelsens kostnader		-87 036 661	-83 660 367	-40 136 656	-14 429 056
Rörelseresultat		18 468 485	822 352	3 458 999	1 653 428
Resultat från finansiella poster					
Övriga ränteintäkter och liknande resultatposter		8 380	1 834	506	229
Räntekostnader och liknande resultatposter		-1 674 071	-1 168 135	-660 810	-133 541
		-1 665 691	-1 166 301	-660 304	-133 312
Resultat efter finansiella poster		16 802 794	-343 950	2 798 695	1 520 116
Bokslutsdispositioner	4	1 104 300	270 592	-889 349	-485 543
Skatt på periodens resultat		0	0	-552 504	-292 177
ÅRETS RESULTAT		17 907 094	-73 358	1 356 842	742 396

BALANSRÄKNING, SEK

	Not	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31	2006-12-31
TILLGÅNGAR					
Anläggningstillgångar					
Inventarier, verktyg och installationer	4	9 241 893	8 849 438	2 573 242	1 108 347
Förbättringar på annans fastighet	5	3 411 916	3 784 122	0	0
Summa anläggningstillgångar		12 653 809	12 633 560	2 573 242	1 108 347
Omsättningstillgångar					
Varulager					
Färdiga varor och handelsvaror		22 502 255	31 210 925	21 196 796	7 324 067
Kortfristiga fordringar					
Kundfordringar		0	785 893	0	0
Aktuella skattefordringar		212 318	770 000	0	0
Övriga fordringar		246 940	78 132	2 704 817	1 181 789
Förutbetalda kostnader		3 212 790	2 769 424	145 453	310 988
Summa fordringar		3 673 048	4 403 449	2 850 270	1 492 777
Kassa och bank		4 702 455	121 326	18 400	58 561
Summa omsättningstillgångar		30 877 758	35 735 700	24 065 466	8 875 405
SUMMA TILLGÅNGAR		43 531 567	48 369 260	26 638 708	9 983 752

BALANSRÄKNING, SEK

	Not	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31	2006-12-31
EGET KAPITAL OCH SKULDER					
Eget kapital	7				
Bundet eget kapital					
Aktiekapital		100 000	100 000	100 000	100 000
Ej registrerat aktiekapital		470 000	0	0	0
Reservfond		20 000	20 000	20 000	20 000
Summa bundet eget kapital		590 000	120 000	120 000	120 000
Fritt eget kapital					
Överkursfond		1 837 931	0	0	0
Balanserat resultat		1 717 949	2 099 238	742 396	0
Årets resultat		17 907 094	-73 358	1 356 842	742 396
Summa fritt eget kapital		21 462 974	2 025 880	2 099 238	742 396
Summa eget kapital		22 052 974	2 145 880	2 219 238	862 396
Obeskattade reserver	8	0	1 104 300	1 374 892	485 543
Långfristiga skulder					
Checkräkningskredit	9	0	4 833 592	1 763 889	
Skulder till kreditinstitut	10	283 586	867 897	0	
Summa långfristiga skulder		283 586	5 701 489	1 763 889	0
Kortfristiga skulder					
Skulder till kreditinstitut	10	1 944 000	1 934 400	0	0
Leverantörsskulder		14 791 440	31 271 862	19 737 819	7 907 991
Skatteskulder			0	326 676	243 154
Övriga skulder		2 709 495	4 378 662	698 082	75 814
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter		1 750 072	1 832 667	518 112	408 854
Summa kortfristiga skulder		21 195 007	39 417 591	21 280 689	8 635 813
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		43 531 567	48 369 260	23 044 578	8 635 813
Ställda säkerheter					
För egna skulder och avsättningar					
Företagsinteckningar		8 500 000	8 500 000	5 500 000	2 500 000
Transportfordon med äganderättsförbehåll		219 504	285 352	0	0
		8 719 504	8 785 352	5 500 000	2 500 000
Ansvarsförbindelser		Inga	Inga	Inga	Inga

KASSAFLÖDESANALYS, SEK

	Not	2009	2008	2007	2006
Den löpande verksamheten					
Resultat efter finansiella poster		16 802 794	-343 950	2 798 695	1 520 116
Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet		2 781 160	1 814 783	0	0
Skatt på årets resultat		0	0	-552 504	-292 177
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapital		19 583 954	1 470 833	2 246 191	1 227 939
Kassaflöde från rörelsekapitalförändring					
Förändring varulager		8 708 670	-10 014 129	-13 872 729	-7 324 067
Förändring av kortfristiga fordringar		730 402	-1 553 179	-1 357 493	-1 118 861
Förändring av kortfristiga skulder exkl skulder till kreditinstitut		-18 232 185	16 202 503	12 644 876	8 555 532
Kassaflöde från den löpande verksamheten		10 790 841	6 106 028	-339 155	1 617 630
Investeringsverksamheten					
Investeringar i materiella anläggningstillgångar		-2 801 409	-11 875 102	-1 464 895	-1 385 434
Finansieringsverksamheten					
Nyemission		2 000 000	0	0	0
Förändring av skulder till kreditinstitut		-5 408 303	5 872 000	1 763 889	0
Utdelningar		0	0	0	-173 635
Kassaflöde från finansieringsverksamheten		-3 408 303	5 872 000	1 763 889	-173 635
Årets kassaflöde		4 581 129	102 926	-40 161	58 561
Likvida medel					
Likvida medel vid periodens början		121 326	18 400	58 561	0
Likvida medel vid periodens slut		4 702 455	121 326	18 400	58 561

TILLÄGGSUPPLYSNINGAR

Allmänna upplysningar

Årsredovisningen har upprättats enligt årsredovisningslagen och med tillämpande av allmänna råd, rekommendationer samt uttalanden från Bokföringsnämnden. För de fall allmänt råd från Bokföringsnämnden saknas för en för företaget väsentlig fråga har vägledning hämtats från Redovisningsrådets rekommendationer samt uttalanden från dess akutgrupp. Övriga tillgångar och skulder har upptagits till anskaffningsvärden där inget annat anges. Redovisningsprinciperna är oförändrade jämfört med föregående år.

Intäktsredovisning

Inkomsten redovisas till verkligt värde av vad företaget fått eller kommer att få. Det innebär att företaget redovisar inkomsten till nominellt värde (fakturabelopp) om företaget får ersättning i likvida medel direkt vid leveransen. Avdrag görs för lämnade rabatter.

Anläggningstillgångar

Anläggningstillgångar redovisas till anskaffningsvärde minskat med ackumulerade avskrivningar enligt plan och eventuella nedskrivningar.

Varulager

Varulagret har värderats till det lägsta av dess anskaffningsvärde och dess nettoförsäljningsvärde på balansdagen. Med nettoförsäljningsvärde avses varornas beräknade försäljningspris minskat med försäljningskostnader. Den valda värderingsmetoden innebär att inkurans i varulagret har beaktats.

Fordringar

Fordringar har upptagits till de belopp varmed de beräknas inflyta.

NOTER

Not 1 Arvode till revisorer

Med revisionsuppdrag avses granskning av årsredovisningen och bokföringen samt styrelsens och verkställande direktörens förvaltning, övriga arbetsuppgifter som det ankommer på bolagets revisor att utföra samt rådgivning eller annat biträde som föranleds av iakttagelser vid sådan granskning eller genomförandet av sådana övriga arbetsuppgifter. Allt annat är övriga uppdrag.

	2009	2008	2007	2006
Revisionsuppdrag	68 700	47 960	41 088	31 985
Övriga uppdrag	16 312	4 600	2 600	4 000
	85 012	52 560	43 688	35 985

Not 2 Anställda och personalkostnader

	2009	2008	2007	2006
Medelantalet anställda				
Kvinnor	28	46	20	6
Män	12	19	6	3
	40	65	26	9

Löner och andra ersättningar

Styrelse och verkställande direktör	870 046	639 000	407 000	71 000
Övriga anställda	10 792 258	10 997 879	4 100 805	1 567 461
	11 662 304	11 636 879	4 507 805	1 638 461

Sociala kostnader	2009	2008	2007	2006
Pensionskostnader för övriga anställda	200 000	301 097	73 500	48 133
Övriga sociala avgifter enligt lag och avtal	2 641 358	3 179 556	1 433 734	544 897
	2 841 358	3 480 653	1 507 234	593 030

Totala löner, ersättningar, sociala kostnader

och pensionskostnader	14 503 662	15 117 532	6 015 040	2 231 491
------------------------------	-------------------	-------------------	------------------	------------------

Upplysning om sjukfrånvaro 2009

Sjukfrånvaro i procent av total arbetstid	1,53%
Andel sjukfrånvaro med sammanhängande tid över 60 dagar	0%
Andel sjukfrånvaro för kvinnor	1,56%
Andel sjukfrånvaro för män	1,45%
Andel sjukfrånvaro för anställda i åldern 29 år eller yngre	1,51%
Andel sjukfrånvaro för anställda i åldern 30-49 år	1,57%
Andel sjukfrånvaro för anställda i åldern 50 år eller äldre	0%

Könsfördelning bland ledande befattningshavare

Andel kvinnor i styrelsen	0%
Andel män i styrelsen	100%
Andel kvinnor bland övriga ledande befattningshavare	0%
Andel män bland övriga ledande befattningshavare	100%

Not 3 Avskrivningar och nedskrivningar

Anläggningstillgångar skrivs av enligt plan över den förväntade nyttjandeperioden med hänsyn till väsentligt restvärde. Följande avskrivningsprocent tillämpas:

Materiella anläggningstillgångar

Övriga maskiner och inventarier	20%
Förbättringsutgifter på annans fastighet	7-10%

Not 4 Bokslutsdispositioner	2009	2008	2007	2006
Återföring av periodiseringsfond	0	1 004 746	0	0
Avsättning periodiseringsfond	0	0	-657 746	-347 000
Förändring anläggningsreserv	1 104 300	-732 154	-231 603	-138 543

Not 5 Förbättringsutgifter på annans fastighet	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31	2006-12-31
Ingående anskaffningsvärden	4 000 000	0	0	0
Inköp	0	4 000 000	0	0
Utgående ackumulerande anskaffningsvärden	4 000 000	4 000 000	0	0

Ingående avskrivningar	-215 878	0	0	0
Årets avskrivningar	-372 206	-215 878	0	0
Utgående ackumulerade avskrivningar	-588 084	-215 878	0	0
Utgående redovisat värde	3 411 916	3 784 122	0	0

Not 6 Inventarier, verktyg och installationer	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31	2006-12-31
Ingående anskaffningsvärden	11 438 011	3 562 910	1 385 433	0
Inköp	2 801 409	7 875 101	2 177 477	1 385 433
Utgående ackumulerande anskaffningsvärden	14 239 420	11 438 011	3 562 910	1 385 433
Ingående avskrivningar	-2 588 573	-989 668	-277 087	0
Årets avskrivningar	-2 408 954	-1 598 905	-712 581	-277 087
Utgående ackumulerade avskrivningar	-4 997 527	-2 588 573	-989 668	-277 087
Utgående redovisat värde	9 241 893	8 849 438	2 573 242	1 108 346

7 Förändring av eget kapital

Antal aktier: 5 700 000 st

	Aktiekapital	Reservfond	Överkurs- fond	Balanserat resultat	Årets resultat
Ingående balans per 1 januari 2006	100 000	20 000		138 845	34 789
Vinstdisposition enligt beslut av årets årsstämma				34 789	-34 789
Utdelning				-173 634	
Årets resultat					742 396
Utgående balans per 31 december 2006	100 000	20 000	0	0	742 396
Vinstdisposition enligt beslut av årets årsstämma				742 396	-742 396
Årets resultat					1 356 842
Utgående balans per 31 december 2007	100 000	20 000		742 396	1 356 842
Vinstdisposition enligt beslut av årets årsstämma				1 356 842	-1 356 842
Årets resultat					-73 358
Utgående balans per 31 december 2008	100 000	20 000	0	2 099 238	-73 358
Fondemission	307 931			-307 931	
Nyemission	162 069		1 837 931		
Disposition enligt beslut av årets årsstämma				-73 358	73 358
Årets resultat					17 907 094
Utgående balans per 31 december 2009	570 000	20 000	1 837 931	1 717 949	17 907 094

Not 8 Obeskattade reserver	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31	2006-12-31
Ack. Avskrivning över plan inventarier	0	1 104 300	370 146	138 543

Not 9 Checkräkningskredit	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31	2006-12-31
Beviljat belopp på checkräkningskredit uppgår till	3 400 000	6 000 000	3 500 000	2 500 000
Utnyttjad kredit uppgår till	0	4 833 592	1 763 889	0

Not 10 Långfristiga skulder	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31	2006-12-31
Förfaller senare än 1 och tidigare än 5 år efter balansdagen				
Skulder till kreditinstitut	283 586	867 897	0	0

Revisionsberättelser

Till årsstämman i Märkesoutlet i Kivik AB

Org.nr 556660-3550

Jag har granskat årsredovisningen och bokföringen samt styrelsens förvaltning i Märkesoutlet i Kivik AB för räkenskapsåret 2006. Det är styrelsen som har ansvaret för räkenskapshandlingarna och förvaltningen och för att årsredovisningslagen tillämpas vid upprättandet av årsredovisningen. Mitt ansvar är att uttala mig om årsredovisningen och förvaltningen på grundval av min revision. Revisionen har utförts i enlighet med god revisionssed i Sverige. Det innebär att jag planerat och genomfört revisionen för att med hög men inte absolut säkerhet försäkra mig om att årsredovisningen inte innehåller väsentliga felaktigheter. En revision innefattar att granska ett urval av underlagen för belopp och annan information i räkenskapshandlingarna. I en revision ingår också att pröva redovisningsprinciperna och styrelsens tillämpning av dem samt att bedöma de betydelsefulla uppskattningar som styrelsen gjort när de upprättat årsredovisningen samt att utvärdera den samlade informationen i årsredovisningen. Som underlag för mitt uttalande om ansvarsfrihet har jag granskat väsentliga beslut, åtgärder och förhållanden i bolaget för att kunna bedöma om någon styrelseledamot är ersättningsskyldig mot bolaget. Jag har även granskat om någon styrelseledamot på annat sätt har handlat i strid med aktiebolagslagen, årsredovisningslagen eller bolagsordningen. Jag anser att min revision ger mig rimlig grund för mina uttalanden nedan. Årsredovisningen har upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och ger en rättvisande bild av bolagets resultat och ställning i enlighet med god redovisningssed i Sverige. Förvaltningsberättelsen är förenlig med årsredovisningens övriga delar. Jag tillstyrker att årsstämman fastställer resultaträkningen och balansräkningen, disponerar vinsten enligt förslaget i förvaltningsberättelsen och beviljar styrelsens ledamöter ansvarsfrihet för räkenskapsåret.

Halmstad den 25 juli 2007

Mats Johansson

Godkänd revisor

Till årsstämman i BrandWorld Sverige AB

Org.nr 556660-3550

Jag har granskat årsredovisningen och bokföringen samt styrelsens förvaltning i BrandWorld Sverige AB för räkenskapsåret 2007. Det är styrelsen som har ansvaret för räkenskapshandlingarna och förvaltningen och för att årsredovisningslagen tillämpas vid upprättandet av årsredovisningen. Mitt ansvar är att uttala mig om årsredovisningen och förvaltningen på grundval av min revision. Revisionen har utförts i enlighet med god revisionssed i Sverige. Det innebär att jag planerat och genomfört revisionen för att med hög men inte absolut säkerhet försäkra mig om att årsredovisningen inte innehåller väsentliga felaktigheter. En revision innefattar att granska ett urval av underlagen för belopp och annan information i räkenskapshandlingarna. I en revision ingår också att pröva redovisningsprinciperna och styrelsens tillämpning av dem samt att bedöma de betydelsefulla uppskattningar som styrelsen gjort när de upprättat årsredovisningen samt att utvärdera den samlade informationen i årsredovisningen. Som underlag för mitt uttalande om ansvarsfrihet har jag granskat väsentliga beslut, åtgärder och förhållanden i bolaget för att kunna bedöma om någon styrelseledamot är ersättningsskyldig mot bolaget. Jag har även granskat om någon styrelseledamot på annat sätt har handlat i strid med aktiebolagslagen, årsredovisningslagen eller bolagsordningen. Jag anser att min revision ger mig rimlig grund för mina uttalanden nedan. Årsredovisningen har upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och ger en rättvisande bild av bolagets resultat och ställning i enlighet med god redovisningssed i Sverige. Förvaltningsberättelsen är förenlig med årsredovisningens övriga delar. Jag tillstyrker att årsstämman fastställer resultaträkningen och balansräkningen, disponerar vinsten enligt förslaget i förvaltningsberättelsen och beviljar styrelsens ledamöter ansvarsfrihet för räkenskapsåret.

Halmstad den 12 februari 2008

Mats Johansson

Godkänd revisor

Till årsstämman i BrandWorld Sverige AB

Org.nr 556660-3550

Jag har granskat årsredovisningen och bokföringen samt styrelsens förvaltning i BrandWorld Sverige AB för räkenskapsåret 2008. Det är styrelsen som har ansvaret för räkenskapshandlingarna och förvaltningen och för att årsredovisningslagen tillämpas vid upprättandet av årsredovisningen. Mitt ansvar är att uttala mig om årsredovisningen och förvaltningen på grundval av min revision. Revisionen har utförts i enlighet med god revisionssed i Sverige. Det innebär att jag planerat och genomfört revisionen för att med hög men inte absolut säkerhet försäkra mig om att årsredovisningen inte innehåller väsentliga felaktigheter. En revision innefattar att granska ett urval av underlagen för belopp och annan information i räkenskapshandlingarna. I en revision ingår också att pröva redovisningsprinciperna och styrelsens tillämpning av dem samt att bedöma de betydelsefulla uppskattningar som styrelsen gjort när de upprättat årsredovisningen samt att utvärdera den samlade informationen i årsredovisningen. Som underlag för mitt uttalande om ansvarsfrihet har jag granskat väsentliga beslut, åtgärder och förhållanden i bolaget för att kunna bedöma om någon styrelseledamot är ersättningsskyldig mot bolaget. Jag har även granskat om någon styrelseledamot på annat sätt har handlat i strid med aktiebolagslagen, årsredovisningslagen eller bolagsordningen. Jag anser att min revision ger mig rimlig grund för mina uttalanden nedan. Årsredovisningen har upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och ger en rättvisande bild av bolagets resultat och ställning i enlighet med god redovisningssed i Sverige. Förvaltningsberättelsen är förenlig med årsredovisningens övriga delar. Jag tillstyrker att årsstämman fastställer resultaträkningen och balansräkningen, disponerar vinsten enligt förslaget i förvaltningsberättelsen och beviljar styrelsens ledamöter ansvarsfrihet för räkenskapsåret.

Halmstad den 18 mars 2009

Mats Johansson

Godkänd revisor

Till årsstämman i Brandworld i Sverige AB

Org.nr. 556660-3550

Vi har granskat årsredovisningen och bokföringen samt styrelsens och verkställande direktörens förvaltning i Brandworld i Sverige AB för år 2009-01-01 - 2009-12-31. Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för räkenskapshandlingarna och förvaltningen och för att årsredovisningslagen tillämpas vid upprättandet av årsredovisningen. Vårt ansvar är att uttala oss om årsredovisningen och förvaltningen på grundval av vår revision. Revisionen har utförts i enlighet med god revisionssed i Sverige. Det innebär att vi planerat och genomfört revisionen för att med hög men inte absolut säkerhet försäkra oss om att årsredovisningen inte innehåller väsentliga felaktigheter. En revision innefattar att granska ett urval av underlagen för belopp och annan information i räkenskapshandlingarna. I en revision ingår också att pröva redovisningsprinciperna och styrelsens och verkställande direktörens tillämpning av dem samt att bedöma de betydelsefulla uppskattningar som styrelsen och verkställande direktören gjort när de upprättat årsredovisningen samt att utvärdera den samlade informationen i årsredovisningen. Som underlag för vårt uttalande om ansvarsfrihet har vi granskat väsentliga beslut, åtgärder och förhållanden i bolaget för att kunna bedöma om någon styrelseledamot eller verkställande direktören är ersättningsskyldig mot bolaget. Vi har även granskat om någon styrelseledamot eller verkställande direktören på annat sätt har handlat i strid med aktiebolagslagen, årsredovisningslagen eller bolagsordningen. Vi anser att vår revision ger oss rimlig grund för våra uttalanden nedan. Årsredovisningen har upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och ger en rättvisande bild av bolagets resultat och ställning i enlighet med god redovisningssed i Sverige. Förvaltningsberättelsen är förenlig med årsredovisningens övriga delar. Vi tillstyrker att årsstämman fastställer resultaträkningen och balansräkningen, disponerar vinsten enligt förslaget i förvaltningsberättelsen samt beviljar styrelsens ledamöter och verkställande direktören ansvarsfrihet för räkenskapsåret.

Malmö den 10 februari 2009

Thomas Jönsson

Auktoriserad revisor FAR SRS

Märkesoutlet butiker

Märkesoutlet Värnamo

(intill Blomsterlandet o Cheapy)

Ringvägen 59

Mån-fre 10-19

Lör 10-16, Sön 11-16

Märkesoutlet Löddeköping

Centersyd Köpcentrum

Varuvägen 2

Mån-fre 10-19

Lör 10-17, Sön 11-17

Märkesoutlet Båstad

(intill butik Gränslösa o Ulfåsa)

Tomtaholmsvägen 1

Mån-fre 10-18

Lör 10-16, Sön 11-16

Lör 10-17, Sön 11-17 (juli)

Märkesoutlet Malmö

(intill Bilia o MR Cap)

Lundavägen 19

Mån-fre 11-19

Lör 10-17, Sön 11-17

Märkesoutlet Kivik

Stärkanhuset (utmed väg 9)

Killebacken 11

Mån-fre 13-18

Lör 10-16, Sön 11-16

Märkesoutlet Skene

Klevagårdsgatan 1

Mån-fre 10-18

Lör 10-16, Sön 12-16

Jepson

Stärkanhuset (utmed väg 9)

Killebacken 11

Mån-fre 13-18

Lör 10-16, Sön 11-16

BrandWorld butiker

BrandWorld Göteborg

Sisjövägen 45

436 33 Askim

Mån – Fre, 10:00 - 19:00

Lör, 10:00 - 17:00

Sön, 11:00 - 17:00

BrandWorld Lund

Avtalsvägen 13

227 61 Lund

Mån – Fre, 10:00 - 19:00

Lör, 10:00 - 17:00

Sön, 11:00 - 17:00

BrandWorld Växjö

Marketerivägen 7

352 36 Växjö

Mån – Fre, 10:00 - 19:00

Lör, 10:00 - 17:00

Sön, 11:00 - 17:00

BrandWorld Sundsvall

Antennvägen 18

863 33 Sundsvall

Mån – Fre, 10:00 - 19:00

Lör, 10:00 - 17:00

Sön, 11:00 - 17:00



Text och grafisk produktion: NightGlow AB
Foto: Urszula Striner

© BrandWorld AB 2010

