

## **Nextlink AB (Publ)**

### **Delårsrapport 1 januari – 31 mars 2006**

- Omsättningen uppgick till 25,7 (7,5) MSEK
- Resultatet efter skatt uppgick till -4,1 (-0,8) MSEK
- Resultatet per aktie uppgick till -0,32 (0,07) SEK
- Resultatet har belastats med ca 6,4 MSEK avseende vissa ej återkommande kostnader
- Ny strategi fastställd
- Fokus på produktutveckling, försäljning och organisationsuppbyggnad

Efter rapportperiodens utgång

- Beviljat patent på öronfixturen "SoftSpring" i både Europa och USA

## Verksamhet

Nextlink är ett teknikföretag som utvecklar produkter och komponenter för headsetts med målsättningen att vara bäst på att ge människor möjlighet att kommunicera komfortabelt i alla ljudmiljöer. Bolaget har utvecklat produktkonceptet **Invisio** för professionella användare och konceptet **Bluespoon** för konsumentmarknaden.

Kärnan i Nextlinks verksamhet härstammar från Invisio produkterna, vilka bygger på bolagets patenterade teknologi kring käkbensmikrofoner. Kunderna för Invisio-produkterna finns framförallt inom professionella användarkategorier, såsom militära specialförband, säkerhetstjänsten, poliser och andra professionella användare.

Bolagets Bluespoon-produkter är avancerade Bluetooth-headsets som riktar sig mot konsumentmarknaden. Bolaget har under de senaste åren lanserat ett antal framgångsrika modeller. Försäljningen har ökat rejält under det gångna året samtidigt som grunden lagts för en världsomspännande distribution genom samarbetsavtalet med den amerikanska detaljhandelskedjan RadioShack. Nextlink har ett antal viktiga patent inom sina verksamhetsområden, vilka ligger till grund för de utvecklade produkterna.

## Affärsidé

Nextlinks affärsidé bygger på att utveckla, marknadsföra och sälja headsetprodukter för audiokommunikation, såväl under sitt eget varumärke som för OEM (kontraktstillverkning)

## Vision

Nextlinks vision är att ge människor möjlighet att kommunicera komfortabelt i alla ljudmiljöer.

## Mission

Företagets mission är att tillhandahålla världsledande produkter och teknologi för att med hög kvalitet sända och motta tal i alla ljudmiljöer.

## Marknadsöversikt

### Marknaden för headsetts för konsumenter

Den globala försäljningen av mobiltelefoner uppgick år 2005 till ca 820 miljoner enheter, av dem var cirka 18 procent anpassade till Bluetooth-teknik. Under år 2006 förväntas en stor tillväxt på den amerikanska marknaden för Bluetooth-telefoner, en marknad som ligger ett par år efter den Europeiska, i försäljning av Bluetooth-telefoner.

Marknaden för headsetts och hörlurar växer inte bara genom ökad global försäljning av mobiltelefoner. Det förändrade beteendet inom mobiltelefonin, datoranvändande, musiklyssnande och dataspelande öppnar också marknaden för utveckling av nya hörsel- och kommunikationsenheter av den typ som Nextlink utvecklar. Detta exemplifieras också av den stora mängd headsetts anpassade för datorer, som kan ses som en ny marknad på grund av det ökande användandet av bredbandstelefoner.

### Marknaden för professionella headsetanvändare

Marknaden för Invisioprodukter växer kraftigt. Visserligen är den underliggande marknaden i form av walkie-talkie användning och annan användning av tvåvägs radioutrustning en mogen marknad med en årligt tillväxt på blygsamma 2 procent, men marknaden för tillbehör till sådan kommunikationsutrustning växer betydligt kraftigare. Nextlink uppskattar att marknaden för professionella headsetts är cirka 1,4 miljoner enheter per år. Därmed kan den potentiella marknaden för Invisio uppskattas till cirka 2,1 miljarder kronor per år. Marknaden kännetecknas av mycket höga kvalitetskrav och relativt låg priskänslighet.

## Ny strategi och inriktning

Nextlink har anpassat sin strategi till de nya marknadsförhållandena.

Nextlink arbetar på två marknader: den professionella marknaden och konsumentmarknaden för headsetts. Båda marknaderna förväntas växa mycket kraftigt under de närmaste åren. Den globala marknaden för Bluetooth-headsets för konsumenter förväntas att mångfaldigas de närmaste fem åren. Användningen av headsetts kommer att öka bland annat beroende på den generella ökningen av mobiltelefoner (varav andelen med Bluetooth-funktionalitet ökar), uppmärksammande av hälsorisker vid mobiltelefonanvändning, lagstiftning vad gäller mobiltelefonanvändning vid bilfärd och ökning av antalet applikationer som kräver headsetts (videotelefoner, spel i nätverk, musik och bredbandstelefoner).

### **Bolaget bygger vidare på de unika patenten**

Nextlink har patent inom området för headset, teknik för käkbensmikrofon och SoftSpring<sup>1</sup>. Dessa patent har ett stort kommersiellt värde och skall utnyttjas och vidareutvecklas. Nya patent planeras tillkomma. Nuvarande produktutveckling inriktas på att lansera produkter med mycket hög talkvalitet och därmed genom teknikförspång ge bolaget en hög marginal.

### **Nextlink avser att dra full nytta av distributionsavtalet med RadioShack**

Nextlink har ingått ett globalt distributionsavtal med RadioShack, som skall sälja Nextlinks produkter i sina över 6 000 butiker i USA samt i resten av världen med stöd av andra samarbetsavtal. Viss del av produktutvecklingen sker i nära samarbete med RadioShack som ligger närmare slutkonsumenten. Därmed söker Nextlink säkerställa att produkterna ges en utformning som vad gäller "look-and-feel" ligger i linje med konsumentönskemålen.

### **Utveckla tillsammans med partner**

Nextlinks kunnande och teknologi inom området för headset har uppmärksammats internationellt. En av världens största mobiltelefon-tillverkare använder Nextlink för att utveckla ett nytt headset baserat på Nextlinks teknologi.

### **Dra full nytta av krävande användare**

Nextlink levererar headset till några av världens mest krävande användare av headset, militära och polisiära specialstyrkor. Denna försäljning ökar. De erfarenheter som vinnas i ett så krävande segment kommer i ökad utsträckning användas för att ytterligare förbättra konsumentprodukterna.

### **Satsa på tre områden**

Nextlink skall fokusera på tre områden, nämligen professionella produkter (Invisio), konsumentprodukter (Bluespoon) och OEM produkter.

### **Professionella produkter**

Nextlinks produktstrategi för professionella produkter är att utveckla, producera och sälja kvalitetsheadsets baserade på Nextlinks patenterade teknik. Segmentet är viktigt för Nextlink eftersom det bland annat riktar sig till världens mest krävande användare av headset, militärens och polisens specialstyrkor. Invisoprodukterna har etablerat en god position på marknaden. Förutsättningar finns för att öka försäljningen.

Marknaden förändras dock till att gå mot större användning av digitala radioapparater. Nextlink har därför tagit fram och kommer under året lansera digitala headset riktade mot den professionella marknaden.

Affärsområdet kännetecknas av goda marginaler med en stor marknadspotential.

### **Konsumentprodukter**

Konkurrensen inom Bluetooth-headsets är intensiv, volymerna mycket stora och marginalerna normalt låga. För att lyckas i detta segment skall Nextlink ha en tydlig position, nämligen vara den headsetleverantör som är bäst på att ge människor möjlighet att kommunicera komfortabelt i alla ljudmiljöer (vardagsbuller, trafik och störningar från t.ex. vind och väder). Nextlink kan uppnå detta bland annat baserat på sina unika, patenterade, tekniker och på en produktdesign som sker i nära samarbete med partners, som befinner sig närmare marknaden. Därigenom kan Nextlink erövra en position som ger goda volymer och bra marginaler.

Tillsammans med RadioShack arbetar Nextlink med att ta fram tre nya produkter som skall lanseras under det fjärde kvartalet. Produkterna kommer att ha helt ny design. Lanseringen kommer att bidra till en bredare produktportfölj.

Nextlink står inför en kraftig tillväxt av försäljningen inom detta affärsområde.

### **OEM-produkter**

Nextlinks produktstrategi för OEM-marknaden är att sälja och marknadsföra licenser och komponentlösningar.

Nextlink fick i januari 2006 ett genombrott på OEM marknaden genom att bolaget tecknade ett utvecklingsavtal med en av världens största tillverkare av mobiltelefoner om utveckling av ett Bluetooth-headset baserat på Nextlinks patenterade teknologi. Avtalet beräknas ge Nextlink licensintäkter redan under 2006, utöver engångsersättningen för utvecklingsarbetet.

Nextlink strävar aktivt efter att etablera samarbeten med andra tillverkare av headset. Nextlinks ambition är att från och med 2007 kunna ingå något eller några avtal per år.

## **Kommentarer till försäljning och resultat för första kvartalet 2006**

### **Försäljning och bruttovinst**

Försäljningen under perioden ökade kraftigt till 25,7 (7,5) MSEK. Bruttovinsten uppgick till 12,1 (3,2) MSEK vilket ger en marginal om cirka 47 (43) procent.

### **Bluespoon - konsumentprodukter**

Försäljningen av Bluespoon AX2 ökade kraftigt under perioden. Antalet levererade Bluespoon-enheter uppgick till 74 670 (15 162) enheter.

<sup>1</sup> Soft Spring är den ergonomiskt utformade fästansordning som på ett unikt sätt fäster Nextlinks headset i örat.

### **Invisio - professionella produkter**

Försäljningen under perioden ökade kraftigt. Nextlink erhöll sin hittills största order av Invisioprodukter. Antalet levererade Invisioenheter uppgick till 3 363 (1 653) enheter.

### **OEM-produkter**

Affärsområdet har under perioden genererat 4,3 (0) MSEK i försäljning. Huvuddelen är hänförlig till utvecklingsavtalet som Nextlink ingick med en av världens största mobiltelefonföretag.

### **Resultat**

Resultatet efter skatt uppgick under perioden till -4,1 (-0,8) MSEK, vilket motsvarar -0,32 (-0,07) kronor per aktie.

### **Kostnader**

Omkostnaderna under perioden uppgick till 15,7 (3,6) MSEK. I omkostnaderna ingår ej återkommande engångsposter på ca 6,4 MSEK. Engångskostnaderna består av marknadsföringsbidrag på ca 3,8 MSEK, samt avgångsvederlag och kostnader för strategiprojekt på ca 2,6 MSEK.

Ökningen av de löpande omkostnaderna är en konsekvens av att företaget nu går in i en mer industriell fas, vilket kräver en annan och större organisation. Den generella ökningen av kostnaderna sammanhänger med det större antalet anställda. Därmed möjliggörs fortsatt produktutveckling, marknads lanseringar, etablering i USA m.m. Ökningen av produktutvecklingskostnader och marknadsbearbetningskostnader kommer att resultera i en väsentlig ökning av intäkterna redan under andra halvåret 2006.

Den underliggande kostnadsmassan för perioden beräknades uppgå till ca 9,3 MSEK.

## **Väsentliga händelser under perioden**

### **Strategiskt avtal inom OEM-tillverkning**

I januari slöts ett utvecklingsavtal med en av världens största tillverkare av mobiltelefoner. Nextlink skall vidareutveckla sin unika teknologi åt mobiltelefonföretaget under våren 2006. Nextlink erhåller dels en fast ersättning, dels en löpande royalty på sålda produkter. Royalty kan väntas redan under 2006.

### **Ny VD – Fredrik Olsson**

Fredrik Olsson tillträdde som ny VD i Nextlink den 30 januari.

### **Den hittills största ordern på Bluespoon AX2**

Nextlink erhöll under perioden den hittills största ordern på konsumentprodukten Bluespoon AX2 från

RadioShack. Ordern uppgick till ca 40 000 enheter och ordervärdet drygt 9,5 MSEK.

### **Den första ordern på Bluespoon Spider**

Nextlink erhöll under perioden en initial order på det trådlösa stereoheadsetet Bluespoon Spider. Produkterna kommer att levereras under andra kvartalet 2006. Ordervärdet uppgick till drygt 5 MSEK.

### **Leverans av Invisio order**

Nextlink erhöll i januari sin hittills största order av Invisio-headsets (2 300 enheter). Leveransen skedde planenligt under perioden.

## **Finansiell ställning**

### **Investeringar**

Koncernens ackumulerade investeringar i inventarier under perioden uppgår till 0,4 (1,0) MSEK.

### **Likviditet**

Koncernens likvida medel uppgick vid utgången av perioden till 9,6 (4,0) MSEK. Kundfordringarna ökade under perioden till 16,9 (6,8) MSEK.

### **Kassaflöde**

Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick under första kvartalet till -7,1 (-3,4) MSEK. Periodens stora försäljningsökning i kombination med stora engångskostnader har påverkat kassaflödet negativt under perioden.

### **Moderbolaget**

Moderbolagets omsättning uppgick till 0,0 (0,0) Mkr och resultatet efter skatt uppgår till -3,5 (-0,1) Mkr. Soliditeten uppgår till 94 (98) %. Likvida medel uppgår till 3,2 (0,7) Mkr. Investeringarna uppgick till 0,0 (0,0) Mkr. Antalet anställda i moderbolaget uppgår till 3 (0) personer.

## **Väsentliga händelser efter periodens utgång**

### **Förändringar i Nextlinks ledning**

Kim Bay Nielsen har tillträtt tjänsten som ny ekonomichef i Nextlink. Nielsen har tidigare varit revisor vid Deloitte och därefter bland annat arbetat som ekonomichef på Junkers A/S och på Skanska Danmark. Nielsen är 47 år.

Lars Höjgård Hansen har tillträtt en befattning som chef för affärsområdet konsumentprodukter. Höjgård Hansen har lång erfarenhet från utveckling och försäljning av headsetprodukter från Sony Ericsson i Europa och GN Netcom/Jabra, världens

största tillverkare av bluetooth-headsets. Högård Hansen är 42 år.

Både Nielsen och Högård Hansen ingår i företagsledningen.

### Patent på SoftSpring godkänt

Nextlink fick under april sitt patent på öronfixturen SoftSpring godkänt och registrerat för den europeiska samt för den amerikanska marknaden. SoftSpring är den ergonomiskt utformade fästansordning som på ett unikt sätt fäster Nextlinks headsets i örat.

### Nextlinks aktie noteras på Nya Marknaden

Nextlinks aktie har sedan 2004 handlats på Nordic OTC. Under maj månad beräknas handeln kunna flyttas till Nya Marknaden. Mangold Fondkommission kommer även fortsatt vara sponsor i handeln med företagets aktie. Beslutet fattades av styrelsen i syfte att underlätta framförallt institutionellt ägande och internationell handel i aktien.

## Utsikter inför kommande kvartal

### Professionella produkter

En fortsatt försäljningsökning förutses inom affärsområdet professionella produkter, där befintlig produktportfölj kommer att marknadsföras allt intensivare. Dessutom kommer en helt ny digital version av Invisio, innehållande så kallad DSP-teknik (Digital Signalling Processing), lanseras under andra halvåret.

### Konsumentprodukter

Under året kommer Nextlink i samarbete med RadioShack utveckla och lansera nya produkter på den amerikanska marknaden.

Bluespoon Spider kommer att finnas i RadioShack-butikerna under andra kvartalet. Bluespoon Spider är ett trådlöst stereoheadset. Det kan användas både för telefoni och för lyssnande på musik etc. Headsetet kan också användas för bredbands-telefoni och har en räckvidd på 100 meter.

Under tredje och fjärde kvartalet fortsätter produktlanseringarna.

Sammantaget förutses inom affärsområdet konsumentprodukter en kraftig försäljningsökning.

### OEM-produkter

Utvecklingsprojektet tillsammans med en av världens största mobilfontillverkare följer den uppgjorda tidplanen. Mobilfontillverkaren planerar att lansera den nya produkten under sitt eget varumärke under andra halvåret 2006.

Nextlink erhåller betalning för utvecklingsprojektet i den takt som projektet utvecklas. Nextlink kommer

sedan få royaltys i den takt den nya produkten tillverkas och säljs.

## Redovisningsprinciper

Denna delårsrapport för koncernen är upprättad i enlighet med IAS 34 Delårsrapportering.

Delårsrapporten har ej varit föremål för granskning av bolagets revisorer.

## Kommande rapporttillfällen

- Bolagstämma hålls den 3 maj 2006 i Stockholm
- Delårsrapport för 2:a kvartalet lämnas den 9 augusti 2006
- Delårsrapport för 3:a kvartalet lämnas den 25 oktober 2006
- Delårsrapport för 4:a kvartalet lämnas den 14 februari 2007

Stockholm den 28 april 2006

### Styrelsen

Nextlink AB (publ)

### Frågor besvaras av:

Fredrik Olsson, VD

Mobil: +46 705 906 258

E-mail: fredrik.olsson@nextlink.to

### Nextlink koncernen

KSEK	2006	2005	2005
<b>Resultaträkning i sammandrag</b>	<b>jan-mars</b>	<b>jan-mars</b>	<b>jan-dec</b>
Nettoomsättning	25 719	7 470	38 028
Kostnad såld vara	-13 636	-4 287	-28 972
Bruttovinst	12 083	3 183	9 056
Övriga rörelsekostnader	-15 692	-3 625	-17 977
Avskrivningar	-354	-283	-1 255
<b>Rörelseresultat</b>	<b>-3 963</b>	<b>-725</b>	<b>-10 176</b>
Finansnetto	-160	-40	-787
<b>Resultat före skatt</b>	<b>-4 123</b>	<b>-765</b>	<b>-10 963</b>
Skatt	0	0	0
<b>Periodens resultat</b>	<b>-4 123</b>	<b>-765</b>	<b>-10 963</b>
Periodens resultat hänförligt till minoriteten	0	-9	121
Periodens resultat hänförligt till moderbolagets aktieägare	-4 123	-756	-11 084

	2006	2005	2005
<b>Nyckeltal</b>	<b>jan-mars</b>	<b>jan-mars</b>	<b>jan-dec</b>
Resultat per aktie, SEK	-0,32	-0,07	-1,03
Resultat per aktie efter full utspädning, SEK	-0,32	-0,07	-1,03
Eget kapital per aktie, SEK	2,27	1,31	2,60
Eget kapital per aktie efter full utspädning, SEK	5,61	2,07	5,87
Soliditet, %	68%	70%	77%
Antalet aktier vid periodens utgång, st	12 796 698	10 663 915	12 796 698
Medeltalet aktier under perioden, st	12 796 698	10 663 915	10 757 407
Antal aktier efter full utspädning, st	15 900 565	11 763 915	15 900 565
Noterad kurs SEK	22,50	14,50	26,00

**Nextlink koncernen**

**Balansräkning i sammandrag**

KSEK

<b>TILLGÅNGAR</b>	<b>2006-03-31</b>	<b>2005-03-31</b>	<b>2005-12-31</b>
Immateriella anläggningstillgångar	1 953	2 706	2 168
Materiella anläggningstillgångar	2 495	1 453	2 245
Finansiella anläggningstillgångar	207	142	216
Varulager	7 031	4 013	8 273
Kundfordringar	16 913	6 845	7 964
Övriga omsättningstillgångar	4 211	952	3 175
Likvida medel	9 619	3 985	19 419
<b>SUMMA TILLGÅNGAR</b>	<b>42 429</b>	<b>20 096</b>	<b>43 460</b>

**EGET KAPITAL OCH SKULDER**

Eget kapital	29 063	13 974	33 280
Kortfristiga räntebärande skulder	2 150	2 525	4 447
Leverantörsskulder	9 591	1 258	4 849
Övriga korta icke räntebärande skulder	1 625	2 339	884
<b>SUMMA SKULDER OCH EGET KAPITAL</b>	<b>42 429</b>	<b>20 096</b>	<b>43 460</b>

<b>FÖRÄNDRING AV EGET KAPITAL</b>	<b>2006-03-31</b>	<b>2005-03-31</b>	<b>2005-12-31</b>
Belopp vid årets ingång	33 280	14 688	14 688
Nyemission			28 946
Omräkningsdifferens	-94	51	609
Anpassning till IFRS minoritetsandel			
Periodens resultat	-4 123	-765	-10 963
<b>Belopp vid periodens utgång</b>	<b>29 063</b>	<b>13 974</b>	<b>33 280</b>

**Nextlink koncernen**

Kassaflödesanalys i sammandrag KSEK	2006	2005	2005
	jan-mars	jan-mars	jan-dec
<b>Resultat före skatt</b>	-4 123	-765	-10 963
Ej kassapåverkande poster	260	634	1 498
Skatter	0	0	0
<b>Kassaflöde före förändring i rörelsekapital</b>	<b>-3 863</b>	<b>-131</b>	<b>-9 465</b>
Förändring i rörelsekapital	-3 260	-3 099	-8 339
<b>Kassaflöde från löpande verksamhet</b>	<b>-7 123</b>	<b>-3 230</b>	<b>-17 804</b>
Investeringar i finansiella anläggningstillgångar	9	0	-69
Investeringar i materiella anläggningstillgångar	-389	-991	-1 934
<b>Kassaflöde från investeringsverksamhet</b>	<b>-380</b>	<b>-991</b>	<b>-2 003</b>
Nyemissioner	0	0	28 945
Upptagna lån och amortering av skulder	-2 297	0	2 075
<b>Kassaflöde från finansieringsverksamhet</b>	<b>-2 297</b>	<b>0</b>	<b>31 020</b>
<b>Totalt kassaflöde</b>	<b>-9 800</b>	<b>-4 221</b>	<b>11 213</b>
Likvida medel vid periodens ingång	19 419	8 206	8 206
Likvida medel vid periodens utgång	9 619	3 985	19 419