



Tidpunkter för ekonomisk information

ONE lämnar ekonomisk information under året enligt nedan angivna informationsschema. Bolaget tillämpar brutet räkenskapsår, 1 juli–30 juni.

Årsredovisning 2004/05	15 september 2005
Ordinarie bolagsstämma	29 september 2005
Delårsrapport juli–september 2005	24 november 2005
Delårsrapport oktober–december 2005	23 februari 2005
Delårsrapport januari–mars 2006	18 maj 2006
Bokslutskommuniké	30 augusti 2006

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

KAP	SID
1 ONE i korthet _____	3
2 Verkställande direktören har ordet _____	6
3 Finansiell utveckling i sammandrag _____	9
4 Omvärldsförhållanden _____	13
5 Verksamhetsbeskrivning _____	14
6 Framtidsutsikter _____	26
7 Aktier och ägarförhållanden _____	28
8 Kompletterande information _____	29
9 Styrelse, ledande befattningshavare och revisorer _____	30
10 Bolagsordning _____	33
11 Räkenskaper _____	36
12 Revisionsberättelse _____	64
13 Ordlista _____	65
14 Adresser _____	66

Affärsidé och vision

ONE är en företagsgrupp som hjälper företag och organisationer med effektiv försäljning och kunddialog. Verkyten är kompletterande produkter och tjänster inom Direktmarknadsföring där man via spetskompetens inom gruppens olika affärsområden har möjlighet att erbjuda unika helhetslösningar för framför allt uppdragsgivare med många kundrelationer.

ONEs vision är att bli en av de ledande aktörerna i Norden inom Multichannel Marketing med Direktmarknadsföring som metod.

Historik och verksamhet

ONE-koncernen hjälper företag och organisationer med effektiv försäljning och kunddialog. Huvudprodukten är riktad och mätbar kommunikation genom Multichannel Marketing med Direktmarknadsföring som metod. Detta omfattar allt från strategi, utveckling och implementering till uppföljning av kommunikationslösningar. Verkyten är produkter och tjänster där man via spetskompetens inom gruppens olika affärsområden har möjlighet att erbjuda helhetslösningar till uppdragsgivare med många kundrelationer.

ONE grundades i början av 2002 och noterades på Aktietorget i november 2004. Gruppen sysselsätter idag cirka 40 personer och omsatte cirka 40 MSEK under det senaste räkenskapsåret. ONE har ett av marknadens bredaste tjänsteutbud inom Direktmarknadsföring och Multichannel Marketing. Bolaget skapar lösningar som hjälper kunden genom hela kampanjprocessen från marknadsanalys och strategi till kreativ lösning och byråproduktion samt responshantering och genomförande, s k fulfilment.



I STÄLLET FÖR ATT
MARKNADSFÖRAREN SKALL ANLITA
FLERA LEVERANTÖRER FÖR ATT
GENOMFÖRA EN KAMPANJ RÄCKER
DET MED EN — **ONE**

Direktmarknadsföring är en metod som bygger på att man genom analys gör ett urval av individer, en målgrupp. Baserat på målgruppens egenskaper, behov och önskemål utformas sedan ett erbjudande för att uppnå en respons från målgruppen. Koncept, grafisk formgivning, val av kommunikationskanal och frekvens ger ökad precision och kvalitet i kommunikationen och därmed högre avkastning på kommunikationsinvesteringen. ONE erbjuder helhetslösningar inom Direktmarknadsföring oavsett målgrupp, typ av aktivitet och kommunikationskanal. För att uppnå detta har ONE ett industriellt fokus där man investerar i system som hanterar avancerade kampanjer i många kanaler, t ex IT-system, CRM-plattformar, tryck/print, lager/logistik som ger substans och långsiktiga kundrelationer. Istället för att marknadsföraren skall anlita flera leverantörer för att genomföra en kampanj räcker det med en – ONE.

ONE har under det senaste året haft en stark tillväxt med förbättrad lönsamhet. Tillväxten har uppnåtts både organiskt och genom förvärv.

ONE är idag en ledande aktör inom Direktmarknadsföring och Multichannel Marketing i Sverige och har kunder som Bonniers, MasterFoods, Nordisk Kellogg's, Aftonbladet, American Express, Ledarna, Danske Bank och Röda Korset.



Bästa aktieägare!

Som VD i One Media Holding AB (publ) sedan snart ett år kan jag med tillfredsställelse konstatera att samtliga bolag i gruppen uppvisat en stark tillväxt under det gångna verksamhetsåret. Den sammanlagda omsättningen för de idag ingående bolagen i ONE uppgår till cirka 40 MSEK, en ökning med cirka 46 procent mot föregående år. Även lönsamheten är på väg åt rätt håll.

Vi har under uppbyggnaden av ONE haft som strategi att växa under lönsamhet utan behov av större externa kapitaltillskott. Detta har inneburit en svår balansgång eftersom tillväxt kräver kapital i form av investeringar i organisation, lokaler, system och marknadsföring. Vi är tillfreds med utvecklingen hittills, men koncernen har nu nått en sådan storlek att soliditeten behöver förstärkas för att vi med stabilitet, trovärdighet och handlingskraft skall kunna fortsätta tillväxten, öka lönsamheten och ta tillvara de stora möjligheter vi har på marknaden.

Vi har identifierat ett antal faktorer som stärker vår uppfattning att vi ännu bara har tagit tillvara en liten del av vår totala potential. Direktmarknadsföring och Internetbaserad kommunikation är de områden inom den totala reklammarknaden som ökar snabbast såväl i Sverige som internationellt.

Direktmarknadsföring bygger på att erbjudande, timing, utformning och kommunikationskanaler anpassas till målgrupp och situation, vilket gör att avkastningen på investeringen ofta blir klart bättre än för traditionell massmarknadsföring. Detta svarar väl mot företagens ökade krav på mätbar, riktad och säljbefrämjande kommunikation. Vidare fungerar Direktmarknadsföring utmärkt i de nya digitala kommunikationskanalerna Internet, SMS/MMS, e-mail m fl.

Detta visar sig även i att en stor del av vår tillväxt förklaras av ökade kundandelar hos befintliga kunder. Vi arbetar med ledande företag som Bonniers, MasterFoods, Nordisk Kellogg's, Aftonbladet, Den Danske Bank, Ledarna och Röda Korset och märker ett generellt ökat intresse för våra tjänster.

Vi kan idag erbjuda tjänster igenom hela Direktmarknadsföringsprocessen vilket ger oss ett övertag på marknaden. Vår strategi är att skapa kommunikationslösningar som kan matcha stora kunders behov av heltäckande lösningar, kostnadseffektiv produktion samt hög flexibilitet. Vi kombinerar spetskompetens inom Direktmarknadsföringsstrategi, design och byråproduktion med en industriell infrastruktur. Genom ett starkt industriellt fokus får ONE dels en bättre substans och dels innebär det att kunderna knyts hårdare till bolaget jämfört med en ren konsultrelation.

VÅR STRATEGI ÄR ATT SKAPA
KOMMUNIKATIONSÖSNINGAR SOM KAN
MATCHA STORA KUNDERS BEHOV AV
HELTÄCKANDE ÖSNINGAR, KOSTNADSEFFEKTIV
PRODUKTION SAMT HÖG FLEXIBILITET



Ett strategiskt fokus framöver blir Multichannel Marketing. ONE har utarbetat ett koncept i vilket man med Direktmarknadsföring som metod kombinerar och integrerar olika kommunikationskanaler, vilket innebär lägre kontaktkostnad, högre servicenivå och bättre effekt. Vi har märkt en kraftigt ökad efterfrågan på denna typ av kommunikationslösningar, som vi marknadsför inom ett koncept vi kallar "Framtidens marknadsföring" www.framtidensmarknadsforing.se.

Vår strategi och tjänstebredd innebär att vi kan hitta kunder inom skiftande branscher, av olika storlek med olika behov av våra tjänster. Inte sällan inleds vår kundrelation med en instegsaffär inom något tjänsteområde, varifrån vi successivt kan utveckla affären.

Utifrån den verksamhet och storlek som ONE har idag finns ett antal intressanta möjligheter till affärsutveckling. I våra planer vill jag framhålla följande:

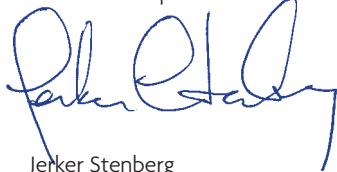
- Lansering av Multichannel Marketing (MCM) på bred front.
- Eyeflow (se www.eyeflow.se) – ONE Direct är den första Direktmarknadsföringsbyrå som integrerar analys av ögonrörelser i det kreativa byråarbetet. Vi har redan en unik erfarenhetsbank inom detta område och kommer att förstärka satsningen framöver.
- Förstärkning av organisationen. Vi har under året förstärkt organisationen kontinuerligt med t ex en ny VD för ONE Direct, Pia-Lena Moller samt tre nya externa styrelseledamöter, tidigare Johanna Fagrell Köhler och Peter Näslund som styrelseordförande, samt nyligen på den ordinarie bolagsstämman, där Jan-Olof Hersler valdes in som ledamot. Närmast i planerna finns rekrytering av erfarna affärsmän med förmåga att sälja helhetslösningar på strategisk nivå.
- Lansering av en ny varumärkesplattform och kommunikationsplan som gör att vi kan öka kännedomen om varumärket ONE samt förbättra attityderna till bolaget och därigenom skapa bättre förutsättningar för nyförsäljning.

Genom nyemissionen får vi förutsättningar att genomföra dessa planer med full kraft.

Sammanfattningsvis kan jag konstatera att ONE redan idag är en ledande aktör inom vår nisch i Sverige och framtiden ser ljus ut. Vår marknad är i kraftig tillväxt, vi tar kontinuerligt marknadsandelar, vi har en eminent kundlista och vi har ett antal intressanta affärsutvecklingsprojekt.

Jag ser mycket positivt på ONEs potential och möjligheter och hyser stor tillförsikt inför framtiden.

Stockholm september 2005



Jerker Stenberg

Nedan sammanfattas bolagets finansiella utveckling sedan starten 2002-01-10. Uppgifter baseras på material hämtat från officiellt avgivna årsredovisningar. Den finansiella informationen bör läsas i anslutning till avsnittet "Kommentarer till den finansiella utvecklingen" samt Bolagets formella räkenskaper med tillhörande noter som återges på annan plats i prospektet.

Resultaträkningar, KSEK	2004/05	2003/04	2002/03*
Nettoomsättning	39 612	27 203	21 806
Rörelseresultat	412	-869	-2 544
Resultat efter finansiella poster	400	-204	-2 690
Årets resultat	384	-330	-2 690

Balansräkningar, KSEK	2004/05	2003/04	2002/03*
Immateriella anläggningstillgångar	4 968	3 714	854
Materiella anläggningstillgångar	689	346	527
Finansiella anläggningstillgångar	1 647	2 083	114
Omsättningstillgångar	9 326	6 090	10 104
Eget kapital	-339	-648	-1 923
Långfristiga skulder	4 842	3 984	3 858
Kortfristiga skulder	12 052	8 866	9 663
Balansomslutning	16 631	12 233	11 598

Kassaflöde, KSEK	2004/05	2003/04	2002/03*
Löpande verksamheten	1 013	2 885	-2 069
Investeringsverksamheten	-1 577	-3 456	-1 633
Finansieringsverksamheten	903	129	-4 625
Årets kassaflöde	339	-442	922
Likvida medel vid årets slut	819	480	922

Nyckeltal	2004/05	2003/04	2002/03*
Vinstmarginal (%)	1,0	Neg	Neg
Räntabilitet på totalt kapital (%)	5,5	0,3	Neg
Räntabilitet på eget kapital	Neg	Neg	Neg
Soliditet	Neg	Neg	Neg
Skuldsättningsgrad	Neg	Neg	Neg
Andel riskbärande kapital	Neg	Neg	Neg
Räntetäckningsgrad	Neg	Neg	Neg
Antal anställda	36	29	73

Data per aktie	2004/05	2003/04	2002/03*
Resultat	0,04	-0,03	-0,27
Eget kapital	-0,03	-0,06	-0,19
Antal aktier	10 109 000	10 109 100	10 073 690

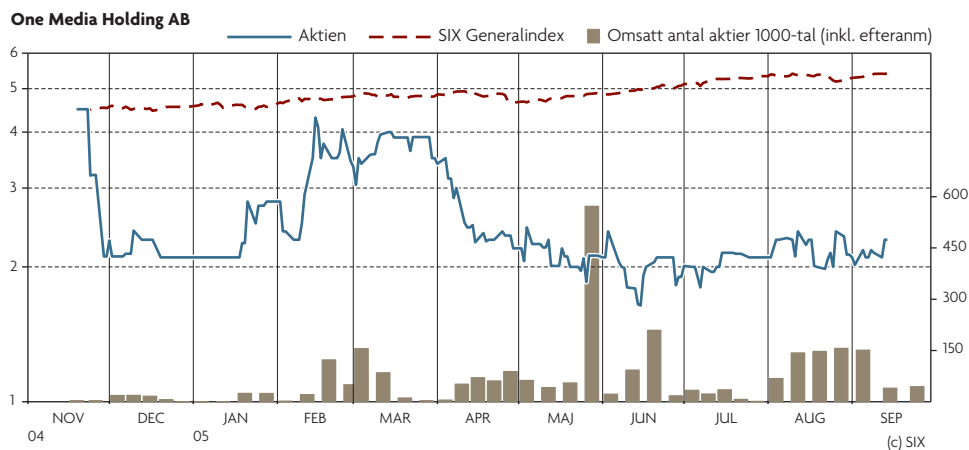
* = 18 månader

Definitioner av nyckeltal

Vinstmarginal	Resultat efter finansnetto i procent av rörelsens intäkter
Räntabilitet på eget kapital	Resultat efter finansiella poster i procent av genomsnittligt eget kapital.
Räntabilitet på totalt kapital	Resultat före avdrag för räntekostnader i procent av balansomslutningen
Räntetäckningsgrad	Resultat efter finansnetto plus finansiella kostnader dividerat med finansiella kostnader.
Skuldsättningsgrad	Räntebärande skulder dividerat med eget kapital.
Soliditet	Eget kapital i procent av balansomslutningen
Andel riskbärande kapital	Summan av eget kapital och latent skatteskulder dividerat med balansomslutningen.
Investeringar	Investeringar i anläggningstillgångar, efter eventuella avyttringar.
Resultat per aktie	Årets resultat, dividerat med antal aktier
Eget kapital per aktie	Eget kapital dividerat med antal aktier

Aktiens utveckling

Diagrammet nedan visar ONE-aktiens utveckling och omsättning sedan noteringen på aktietorget 19 november 2004 fram till 13 september 2005.



Kommentarer till den finansiella utvecklingen

Allmänt

Den finansiella informationen i detta avsnitt baserar sig på officiellt avgivna årsredovisningar för åren 2002–2005. ONEs räkenskapsår är brutet och löper från 1 juli till 30 juni. Årsredovisningarna har reviderats av Lindebergs Grant Thornton. För fullständig information hänvisas till aktuella årsredovisningar.

2004/05

Koncernen

One Media Holding AB (publ) noterades på Aktietorget den 19 november 2004.

Under året genomförde ONE förvärv av ONE Direct AB (100 %), Talkingheads AB (100 %) samt nxt Sthlm Direct Marketing AB (50 %).

Organisation

Organisationen har under året förstärkts med Pia-Lena Moller som vd i ONE Direct AB samt med nya styrelseledamöter i One Media Holding AB (publ), i form av advokat Peter Näslund som ordförande samt Johanna Fagrell Köhler som ledamot.

ONE Response AB har flyttat till nya, ändamålsenliga lokaler i Bromma och dubblat lokalytan till ca 2 300 kvm.

Omsättning, kostnader och resultat

ONE omsatte under det senaste räkenskapsåret 39,6 MSEK, med ett rörelseresultat om 0,4 MSEK och ett resultat efter finansiella poster om 0,4 MSEK. Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till 1,0 MSEK. Likvida medel uppgick per 2005-06-30 till 0,8 MSEK.

Finansiell ställning

Eget kapital har under samtliga verksamhetsår varit negativt på koncernnivå. Per 2005-06-30 uppgick eget kapital i koncernen till -0,3 MSEK. Föreliggande nyemission kommer att stärka det egna kapitalet med 8,8 MSEK efter avdrag för kostnader i samband med nyemissionen. Likvida medel uppgick per 2005-06-30 till 0,8 MSEK. Bolagets styrelse har uttalat att 5 MSEK av nyemissionslikviden skall utgöra rörelsekapital för att möjliggöra den planerade tillväxten.

2003/04

Koncernen

ONE har under räkenskapsåret renodlat verksamheten. Det har resulterat i att de produkter/tjänster som erbjuds strukturerats i respektive dotterbolag. Holdingföretaget är idag ett ägarföretag med fokus på affärsutveckling.



Promote Respons AB har under året förvärvat två verksamhetsgrenar. Det ena förvärvet avsåg verksamhet tillhörande kontaktcenter, kampanjcenter samt relationsplattform. Det andra förvärvet avsåg Print-On-Demand. Företaget har upprättat kontrollbalansräkning. Styrelsen kommer att föreslå bolagsstämman fortsatt drift, detta då företaget uppvisat positiv utveckling under innevarande räkenskapsår.

Framtida utveckling

Koncernen bedömer kraftig omsättningstillväxt under tredje verksamhetsåret. Konsolidering av företagen i form av intern rationalisering/kostnadsbesparingar kommer löpa parallellt med holdingföretagets strategi för vidare expansion och förvärv.

Omsättning, kostnader och resultat

ONE omsatte under räkenskapsåret 27,2 MSEK, med ett rörelseresultat om -0,9 MSEK och ett resultat efter finansiella poster om -0,2 MSEK. Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till 2,9 MSEK. Likvida medel uppgick per 2004-06-30 till 0,5 MSEK.

2002/03

ONE registrerades 2002-01-10, således omfattade Bolagets första verksamhetsår 2002-01-10–2003-06-30. Under Bolagets första verksamhetsår genomfördes nyetablering och förvärv av verksamheter. I oktober inlämnades konkursansökan för det helägda dotterbolaget Promote One Scandinavia AB, 556538-7791. Koncernen har kunnat behålla de viktigaste kunderna och finansiärerna har fortsatt förtroende för verksamheten.

Omsättning, kostnader och resultat

ONE omsatte under räkenskapsåret 21,8 MSEK, med ett rörelseresultat om -2,5 MSEK och ett resultat efter finansiella poster om -2,7 MSEK. Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till -2,1 MSEK. Likvida medel uppgick per 2003-06-30 till 0,9 MSEK.

Internationellt är reklammarknaden en snabbväxande och lönsam marknad. I USA ökar Direktmarknadsföring som kommunikationsmetod med 20 procent per år. I Sverige finns det ingen tillförlitlig motsvarande statistik utan man får titta på mediemarknaden som helhet. År 2004 låg investeringarna i marknadskommunikation på ca 50 miljarder, vilket motsvarar en ökning med 4,9 procent jämfört med året innan, enligt Institutet för Reklam- och Mediestatistik (IRM). Prognosen för 2005 är 6,2 procent tillväxt. En av de mediekategorier som växer snabbast är Direktmarknadsföring där ONE är starkt positionerat.

Lågkonjunkturen i början på seklet har lett till att annonsörerna ändrat sina marknadsstrategier mot mer säljspecifika åtgärder. Man har valt kanaler som lämpar sig bättre för produkt- och utbudsannonsering än traditionella medier. Detta har samtidigt inneburit att bruset har ökat för den enskilde mottagaren. Idag talar man om cirka 3 000 reklambudskap per dag och person i storstäder. Det ökade informationstrycket på varje individ leder till att effekten av traditionella massmarknadsåtgärder minskar betydligt. Det blir allt viktigare att definiera den målgrupp man vänder sig till och anpassa utformningen och valet av kanal för erbjudandet.

Samtidigt ökar kraven från styrelse och ägare. Företagen vill kunna mäta resultaten av sina investeringar. Alla vill skapa en långsiktig och effektiv kommunikation med sina målgrupper.

För att genomföra en lyckad Direktmarknadsföringsåtgärd måste man identifiera målgruppen och analysera dess behov. Detta ger kunskap om var och hur man skall nå dem och vad som aktiverar en respons, t ex en försäljning. Genom att man får en respons från ett antal individer kan man mäta resultatet av sina investeringar. Använder man sedan de relativt sett nya kanalerna, t ex Internet och SMS, kan man upprätta en kostnadseffektiv långsiktig och fruktbar relation som leder till ökad försäljning.

Nya mediekkanaler för Direktmarknadsföring växer fram i en ökande takt. Primärt är dessa kanaler kopplade till Internet, men också till mobiltelefoner och andra trådlösa applikationer. Enligt TradeDoubler beräknas försäljning på Internet omsätta cirka 2 miljarder SEK i Sverige under 2005. Hemelektronik beräknas öka med 176 procent. Resor, underhållning och finansiella tjänster beräknas öka med mer än 50 procent.

I USA har Internetrelaterad marknadsföring i år vuxit med 23 procent jämfört med föregående år enligt Forrester Research. Tendensen för Sverige och Norden är högre. Prognosen från IRM för Internetbaserad annonsering 2005 är en ökning med 25 procent. ONE har idag kundrelationer, kunskap och teknik för att använda dessa kanaler, både som enskilda mediekkanaler, men också i kombination med andra traditionella kanaler för Direktmarknadsföring.

ONE grundades i syfte att bygga en ny och slagkraftig koncern inom Direktmarknadsföring och Multichannel Marketing. I första hand avsågs den svenska marknaden och därefter den nordiska. ONE är idag ett av de ledande Direktmarknadsförings- och Multichannel Marketingföretagen på den svenska marknaden.

ONES mission är att leda, inspirera och driva utvecklingen av framtidens marknadsföring. ONE hjälper företag och organisationer att få en bättre avkastning på sina kommunikationsinvesteringar. Verktygen är produkter och tjänster inom Direktmarknadsföring och Multichannel Marketing. ONE erbjuder unika helhetslösningar för framför allt uppdragsgivare med många kundrelationer inom ramen för den kompetens som finns i gruppens sju affärsområden. ONES tjänster och produkter avser skapa en effektiv försäljning och en förbättrad kunddialog, med tonvikt på tydliga och mätbara resultat. Företagsgruppen har under de senaste åren haft en god tillväxt och sysselsätter cirka 40 personer.

Direktmarknadsföring

Direktmarknadsföring är en metod som bygger på att man genom analys gör ett urval av individer, en målgrupp. Baserat på målgruppens egenskaper, behov och önskemål utformas sedan ett erbjudande för att uppnå en respons från målgruppen. Den amerikanska branschorganisationen *Direct Marketing Association* har definierat Direktmarknadsföring enligt följande:

”Direktmarknadsföring är en marknadsföringsmetod som använder ett eller flera medier för att åstadkomma en mätbar reaktion eller transaktion.”

Direktmarknadsföring kan ske i vilken kommunikationskanal som helst, det är syfte, grad av respons och mätbarhet som avgör om åtgärden definieras som Direktmarknadsföring. Syftet med Direktmarknadsföring är att åstadkomma en handling (respons) som leder till försäljning eller möjliggör en långsiktig relation. Direktmarknadsföring kan också vara aktiviteter för att upprätthålla och utveckla en existerande relation inom ramen för så kallat Customer Relationship Management, CRM. Tänkbara Direktmarknadsföringskanaler är till exempel Direct Mail (direktreklam per brev), Telemarketing, TV, radio, tidningar, magasin, Point-of-Sale, Relationsmarknadsföring, e-mail, SMS, Internet m fl. Begreppet Direktmarknadsföring förväxlas lätt med det negativt belastade begreppet Direktreklam.

Genom att identifiera sin målgrupp och därefter segmentera utifrån demografi, beteende, köpvanor eller annan för affärsrelationen relevant data får man kunskap om hur man kan påverka sin nuvarande eller

40

40 % AV RESULTATET BEROR
PÅ HUR VÄL DU DEFINIERAR
DIN MÅLGRUPP

30

30 % AV RESULTATET BEROR
PÅ ATT ERBJUDANDET
ÄR RÄTT ANPASSAT EFTER
MÅLGRUPPEN

20

20 % AV RESULTATET BEROR
PÅ RÄTT TIDPUNKT OCH
SÄLJMETOD

10

10 % AV RESULTATET BEROR
PÅ RÄTT FORM OCH STRUKTUR
I KOMMUNIKATIONEN



ONES MISSION ÄR ATT LEDA, INSPIRERA
OCH DRIVA UTVECKLINGEN AV FRAMTIDENS
MARKNADSFÖRING



framtida kund. All information samlas i en databas för analys och implementering av kommande aktiviteter som t ex reklamkampanjer och lojalitetsprogram. Databasen gör att kundens samtliga aktiviteter är mätbara och skapar därmed underlag för att öka kampanjens avkastning. Målet är att kontinuerligt öka kunskapen om kunden och skapar därmed förutsättningar för att anpassa erbjudandets timing, val av kommunikationskanal och utformning.

Multichannel Marketing

För att skapa effektiva kommunikationslösningar som når de alltmest rörliga och kräsna kunderna, måste företagen använda sig av flera kanaler. Kombinationen av kanaler, Multichannel Marketing (MCM) ökar effekten och värdet av marknadsföringen. De strategiska MCM-lösningar som ONE levererar ökar sannolikheten för respons hos mottagaren, vilket i sin tur leder till en förbättrad försäljning. Genom kundanpassade MCM-lösningar hjälper ONE sina kunder att få maximal avkastning på investeringen.

MCM innebär således att man använder sig av olika kanaler för att nå och påverka sin målgrupp. Exempel på kanaler är Direktreklam, e-mail, Internet, telefon, TV, radio, annonsering, trycksaker etc. För att skapa en MCM-lösning värderar man respektive kanals egenskaper och fördelar i förhållande till aktivitetens syfte, innehåll och målgruppens behov. Den optimerade kombinationen gör att:

- Målgruppen får en mer positiv attityd till kampanj och varumärke
- Aktiviteten får ökad uppmärksamhet och kännedom
- Starkare och snabbare respons hos mottagaren
- Ökade möjligheter för en kontinuerlig dialog

Historik

ONE etablerades i början av 2002. I november 2004 noterades ONE på Aktietorget. Grundarna Hans Molund och Mikael Gullström samt VD Jerker Stenberg har lång erfarenhet från verksamheter inom Direktmarknadsföring.

Under det första verksamhetsåret startades Direktmarknadsföringsbyrån nxt Sthlm Direct Marketing AB. Samma år såldes 50 procent av verksamheten till VD Magnus Widgren. ONE förvärvade också ett kontaktcenter, Satisfactory AB, som drevs vidare i dotterbolaget Promote ONE Scandinavia AB. Verksamheten visade sig dock inte ha tillräcklig bärkraft och avvecklades via konkurs under hösten 2003. Ytterligare två förvärv genomfördes under 2002, dels förvärvades 40 procent av kontaktcentret Talkingheads AB i Visby, dels förvärvades Kuponginlösens responsverksamhet, som placerades i dotterbolaget ONE Response AB. Under det första verksamhetsåret inleddes också verksamhet i bifirman ONE Produktion med inriktning på grafisk produktion och konsulting inom Direktmarknadsföring.

Under koncernens andra verksamhetsår, 2003, lades nuvarande strategi fast. ONE Response startade verksamheten och mer än dubblade omsättningen under året. ONE Production och innehavet i nxt Sthlm såldes mot revers och återköpsoption på samma belopp för att stärka One Media Holding AB (publ)s balansräkning efter avvecklingen av Promote ONE Scandinavia. Förvärv gjordes vidare av en Print-on-Demandverksamhet inom ONE Reponse AB.

Det senaste året har koncernen utnyttjat återköpsoptioner avseende ONE Produktion och nxt Sthlm direct marketing AB. ONE Produktion hade vidareutvecklats och låg till grund för ONE Direct AB, som startades den 1 september 2004. Resterande ägarandel i kontaktcentret Talkingheads AB förvärvades i slutet av året. Förvärven innebär att ONE kan erbjuda fullservice inom alla delar av Direktmarknadsföring på nordisk basis.

ONE investerade under 2004 i en ny undersökningsmetod som baseras på studier av ögats rörelse över ett reklamdokument. För detta ändamål har man installerat utrustning och rekryterat personal. ONE är för närvarande ensam om denna teknik i Norden och har genomfört ett stort antal undersökningar. ONE Direct, som ingår som en helägd Direktmarknadsföringsbyrå inom ONE, har det senaste året integrerat Eyeflow System med verksamheten i sin ateljé. Kreatörerna på ONE Direct får via Eyeflow System tillgång till ett system som studerar ögats exakta rörelse, d v s vad ögat läser och fixerar och vilken information mottagaren av ett reklam erbjudande tar till sig.

ONE utvecklade och installerade under samma år ett nordiskt betalsystem för hantering av mikrobetalningar. Systemet används av flera av ONEs större kunder, bland annat MasterFoods och Nordisk Kellogg's.

Affärsidé och mål

ONEs affärsidé är att hjälpa företag och organisationer med effektiv försäljning och kunddialog. Verktygen är kompletterande produkter och tjänster inom Direktmarknadsföring där man via spetskompetens inom gruppens olika affärsområden har möjlighet att erbjuda unika helhetslösningar för framför allt uppdragsgivare med många kundrelationer.

ONEs övergripande mål är att kunna erbjuda breda nordiska helhetslösningar genom hela Direktmarknadsföringsprocessen, oavsett målgrupp, typ av aktivitet och kommunikationskanal.

På kort sikt är det av vikt att skapa en ekonomisk stabilitet i bolaget för att möjliggöra en organisk tillväxt, och även överväga förvärv av ett antal bolag med kompletterande tjänster och plattformar inom Direktmarknadsföring. Av störst intresse bedöms bolag med kunskap och infrastruktur för de ännu relativt oexploaterade kanalerna såsom Internet, SMS och MMS vara.





Detta syftar till att skapa förutsättningar för att ONE skall nå sin vision, att vara den ledande kommunikationsaktören i Norden inom Multichannel Marketing med Direktmarknadsföring som metod.

Inom fem år skall ONE:

- Vara ett av de ledande Direktmarknadsföringsföretagen i Norden
- Leda utvecklingen av Direktmarknadsföringskoncept och teknik
- Vara marknadsledare inom Multichannel Marketing
- Uppnå 10 procents nettomarginal
- Uppnå en nettoomsättning på 300 MSEK

Strategier

ONE har en uttalad tillväxtstrategi. Tillväxten ska uppnås både organiskt och via förvärv.

För att möta den ökande efterfrågan och erbjuda spjutspetskompetens inom framtidens marknadsföring, behöver ONE uppnå en större massa. Idag söker ONE aktivt bolag med strategisk kunskap inom de nya kanalerna och bolag som har kommunikativa plattformar vilka möjliggör produktion av denna typ av tjänster.

Att äga och kontrollera infrastrukturen är en av ONEs bärande principer. Inom ONE Response finns som exempel kunddatabaser och de tekniska system som används för att kommunicera med kundernas kunder, såsom egenutvecklade CRM-system, betalsystem och analysmetoder. Ambitionen är att äga all infrastruktur.

För att vara marknadsledare i Norden och fortsatt attrahera kompetenta medarbetare behöver ONE ständigt stärka sitt varumärke. Under sommaren har ONE tagit fram en ny kommunikationsplattform. Under hösten och våren kommer man vidare att arbeta aktivt för att stärka varumärket internt och externt, framförallt mot personal, kunder och aktieägare. Aktiviteter kommer att ske genom två Direktmarknadsföringskampanjer och även genom intern implementering. Den första kampanjen, "Framtidens Marknadsföring" lanseras i samband med denna nyemission.

På längre sikt kommer regelbundna mätningar av ONEs varumärke hos målgrupperna att skapa bättre förutsättningar för att stärka ONEs position på marknaden.

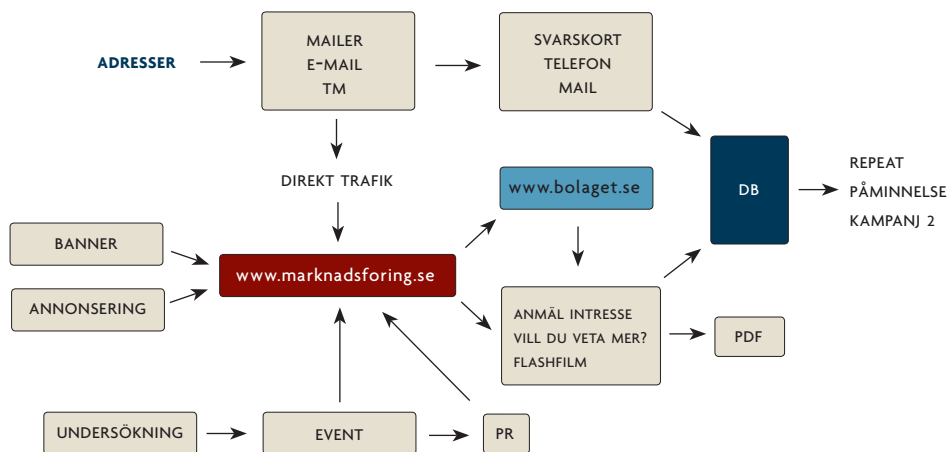
Kunder

Kunder till ONE är framförallt företag med många kundrelationer, som har ett stort behov av en leverantör med resurser att skapa helhetslösningar i ett flertal kanaler. Företagen outsourcar sin Direktmarknadsföring och får möjlighet att ägna sig åt sin huvudnäring. Exempel på kundprojekt:

- Kellogg's Nordiska "on-pack" promotions - Response & fulfilment – heltäckande hantering inklusive betalningshantering, kundtjänst, webblösningar etc.
- MasterFoods i Norden outsourcade all hantering av kundklubbar till ONE. Lösningen innefattade att ONEs interna system kopplades ihop med MasterFoods internationella CRM-plattform.
- ONE har för kunders räkning byggt upp verksamhet som för närvarande omfattar ett stort antal webbshoppar, e-mail marketing (100 000-tals utskick per månad), SMS-aktiviteter etc.
- Vidare har bl a Bonniers, American Express och Ledarna genomfört effektiva Direktmarknadsföringskampanjer.

Bland övriga kunder inom ONE kan nämnas; Cederroth, Aftonbladet, IDG, IBM, Posten, AIG, Spendrups och Röda Korset.

MULTICHANNEL MARKETING KAMPANJ



Ett typiskt kundcase hos ONE grundar sig i en analys av tilltänkta målgrupper. När målgruppen är definierad tar man fram en kampanj där man approcherar kunden genom olika kanaler. Kommunikationens syfte är att få mottagaren att utföra någon form av handling som leder till försäljning eller en långvarig relation. Handlingen gör att man får kunskap och kan samla en databas för vidare bearbetning i olika kanaler.

Konkurrenter

ONE som företagsgrupp har en unik kombination av områden för att tillfredsställa kundernas efterfrågan på Multichannel Marketinglösningar med Direktmarknadsföring som metod. Det finns inga identiska konkurrenter till ONE vad gäller produktutbud, kunder och storlek, men det finns många som konkurrerar med varje produktområde inom gruppen.

Man kan dela in dessa i tre typer av konkurrenter till ONE:

- Reklambyråer, webbyråer och Direktmarknadsföringsbyråer eller enskilda konsulter, t ex Ogilvy One och DM-konsult
- IT- och managementkonsulter och system- och IT-leverantörer som levererar verktyg och lösningar för Internet, CRM, Data Warehouse och Business Support, här återfinns en mängd aktörer beroende på lösning
- Olika företag som erbjuder t ex responshantering, fulfilment, tryck, kontaktcenter och andra tjänster inom Direktmarknadsföringens industriella delar, t ex Stroeder Ralton och Backman Info

Den första gruppen är framförallt konkurrent till ONE Direct. Bedömningen är dock att ONEs konsulter har unik kompetens vad gäller säljfrämjande åtgärder. Eyeflow och avancerade Multichannel Marketingstrategier bidrar till att ge ONE Direct en särskiljande position på marknaden.

Den första gruppen är ibland också en samarbetspartner till olika bolag inom ONE. Byrånätverken är duktiga på internationella lösningar, men saknar ofta kunskap och möjlighet att genomföra den breda produktion som ONE Response och Talkingheads skapar. Av den anledningen köper de tjänster av ONE till sina internationella kunder.

ONE Responses och Talkingheads konkurrenter återfinns främst i den andra och tredje gruppen. ONE särskiljer sig dock mot flertalet konkurrenter genom helhetslösningar på nordisk basis, t ex via betalningssystemet Nordpay, nordiska logistiklösningar samt genom flerspråkig kundtjänst.

EYEFLOW OCH AVANCERADE MULTICHANNEL MARKETINGSTRATEGIER BIDRAR TILL ATT GE **ONE DIRECT**
EN SÄRSKILJANDE POSITION PÅ MARKNADEN

Varumärket ONE

Varumärket ONE är byggt för långsiktighet, logotypen ska uppfattas som en kvalitetsstämpel. ONE ska enligt Bolagets varumärkesstrategi stå för det moderna, utmanande och ledande med ett självförtroende som gör att man kan vara enkel.

INTRESSENTER



ONES nyskapade kommunikationsplattform är byggd för att användas mot alla intressenter. Den är starkt kopplad till vision och affärsidé och uttrycks genom företagets värden och löfte. ONE står för passion, kreativitet, mervärde, kurage och engagemang. ONE levererar mer än man förväntar sig, är roligare att arbeta med och gör lösningar som ger bättre resultat än deras konkurrenter.

Affärsområden och produkter

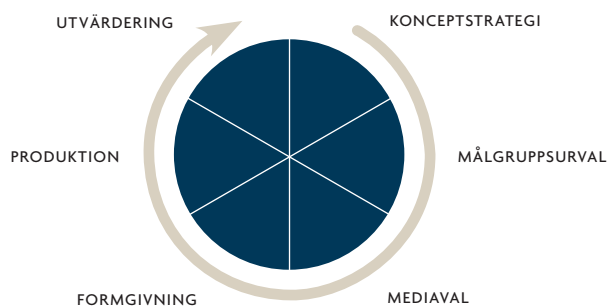
ONES huvudprodukt är Multichannel Marketing med Direktmarknadsföring som metod. Detta omfattar allt från strategi, utveckling och implementering till uppföljning. Strävan är att allt skall vara riktat och mätbart. Utöver detta har varje dotterbolag produkter, som de säljer enskilt eller samman med andra inom koncernen. Verksamheten är uppdelad på sju produktområden enligt nästa sida:

ONE DIRECT	— STRATEGISKA MULTIKANALLÖSNINGAR
ONE PRODUCTION	— RÅDGIVNING OCH PRODUKTION AV GRAFISK PRODUKTION
ONE RESEARCH	— MARKNADSUNDERSÖKNINGAR, KARTLÄGGNINGAR OCH UPPFÖLJNING I SAMBAND MED DIREKTMARKNADSFÖRINGSKAMPANJER
ONE RESPONSE	— LOGISTIK, RESPONSHANTERING OCH FULFILMENT KRING DIREKTMARKNADSFÖRING
ONE CRM	— PRODUKTIONSANLÄGGNING MED DATABAS OCH CRM-SYSTEM FÖR ATT EFFEKTIVT HANTERA DIREKTMARKNADSFÖRING, BÅDE VIA TRADITIONELLA KANALER OCH E-MAIL/SMS
ONE INTERACTIVE	— LÖSNINGAR FÖR KOMMUNIKATION VIA INTERNET, MOBILT INTERNET, SMS, MMS OCH ANDRA DIGITALA KANALER
ONE CONTACT	— KONTAKTCENTER FÖR INGÅENDE OCH UTGÅENDE KUNDKOMMUNIKATION VIA TELEFON, E-MAIL OCH INTERNET. TJÄNSTER SÅSOM TELEMARKETING, E-MAIL MARKETING, UNDERSÖKNINGAR, BESÖKSBOKNING, SALES ETC.

ONE har även en unik produkt, ONE Eyeflow System (ögonkamera), som första aktör i Norden. Metoden bygger på den tyske forskaren professor Sigfrid Vögelis, studier av ögats rörelser när människan läser.

Ett flertal kunder utnyttjar samtliga produktområden i koncernen. Vissa kunder har outsourcat hela ansvaret för kundklubbar och lojalitetsprogram på ONE. MCM-lösningarna hanteras genom ONEs arbetsmodell.

ONE ARBETSMODELL

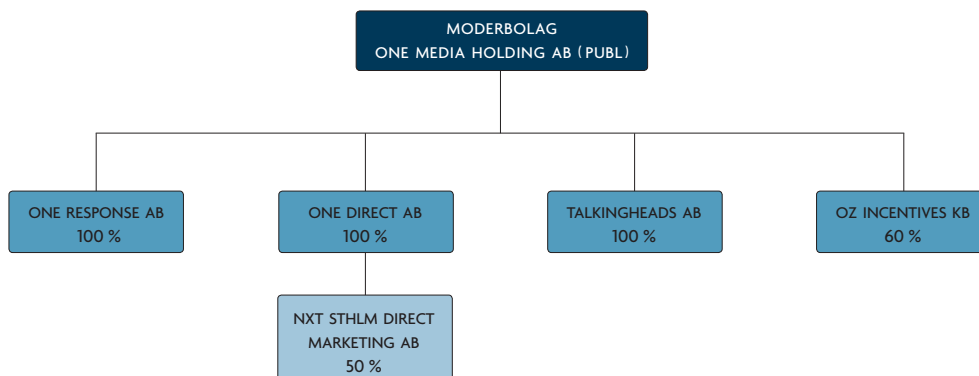


ARBETSMODELLEN ÄR INDELAD I SEX OLIKA FASER BEROENDE PÅ UPPDRAGSBESKRIVNING. UPPDRAG INOM ONE KLASSIFICERAS I ETT ELLER FLERA ANGIVNA UPPDRAGSOMRÅDEN.

I ett typiskt helhetsprojekt nyttjar ONE Directs konsulter ONE Research för att definiera målgruppen och skapar därefter lämplig Multichannel Marketinglösning. ONE Contact, Response och Interactive ser sedan till att produktionen sker i lämpliga kanaler. ONE Production trycker grafiskt material. Med hjälp av ONE Eyeflow System och ONE Research kan man testa och följa upp resultaten av kommunikationsinvesteringen. Underlaget bildar sedan bas för nästa kampanj.

Legal struktur

ONE-koncernen ser ut enligt följande:



One Media Holding AB (publ)

Holdingbolaget är idag ett ägarbolag. Under det kommande året avser man att samla alla koncernövergripande funktioner så som ledning, ekonomi och administration i detta bolag. Holdingbolagets aktie är noterad på Aktietorget.

ONE Response AB

Utgör produktionsanläggning med samtlig infrastruktur för att hantera effektiv logistik och respons-hantering. Bolaget har integrerat fulfilment och responshantering för att hantera såväl ingående som utgående kundkommunikation.

ONE Direct AB

Direktmarknadsföringskonsulter specialiserade på att skapa effektiva säljinsatser med hjälp av Direktmarknadsföring samt Multichannel Marketing. Arbetar med försäljning och koncernövergripande projektledning samt egna uppdrag och samarbeten med andra reklam- och Direktmarknadsföringsbyråer. Bolaget arbetar också som rådgivare och producent inom all typ av grafisk produktion.

Talkingheads AB

Verksamhet inom området för Contact Center med inriktning mot research, kundtjänst och support.

nxt Sthlm Direct Marketing AB (Ägarandel 50 procent)

nxt är en Direktmarknadsföringsbyrå med egen kundbas. Konkurrerar vid vissa tillfällen med ONE Direct, men utgör även ett komplement vid vissa affärer och köper tjänster av resterande delar av ONE-koncernen.

OZ Incentives KB (Kapitalandel 60 procent)

OZ erbjöd tidigare presentreklam, primärt för kundklubbar och lojalitetskampanjer. Ingen verksamhet bedrevs under räkenskapsåret.

Medarbetare

I en koncern som ONE är personalen av största betydelse. För att attrahera de mest kompetenta medarbetarna måste företagen i gruppen uppvisa en attraktiv arbetsplats där det finns utrymme att växa. Synergier mellan bolagen inom ONE leder till ett aktivt kunskapsutbyte, vilket också bidrar till egen utveckling för medarbetare som vill växa och utvecklas.

Kulturen på ONE ska enligt Bolagets personalstrategi präglas av passion och kurage. Det ska vara roligt, spännande och utmanande att arbeta på ONE. Medarbetarna ska utgöra navet som gör att ONE uppnår målet att bli en av de ledande kommunikationsaktörerna i Norden.

För att öka förståelsen och gemenskapen mellan bolagen och medarbetare förbättrar man för närvarande internkommunikationen genom att låta medarbetarna vara delaktiga i framtagandet av den nya kommunikationsplattformen.

ONE har vidare ett traineeprogram i syfte att stimulera och tillvarata medarbetare som vill utvecklas. För ONE är detta ett prioriterat område som bedrivs inom ramen för ONE Academy.

Under 2004/05 har ONE lanserat ett optionsprogram riktat till nyckelmedarbetare.



Internationellt är reklammarknaden en snabbväxande och lönsam marknad. Denna marknad tenderar att växa snabbare än ekonomin i övrigt. Institutet för Reklam- och Mediestatistik (IRM) höjde nyligen sin prognos för utfallet av medieinvesteringar 2005 till 6,2 procent jämfört med föregående år. En av de snabbast växande mediekategorierna är Direktmarknadsföring, där ONE är starkt positionerad.

Orsaken till den ökande efterfrågan på tjänster inom Direktmarknadsföring är det ökade reklambruset samt de senaste årens lågkonjunktur, vilket har lett till att annonsörerna har ändrat sina marknadsstrategier mot mer säljspecifika åtgärder. Man går från traditionell massmarknadsföring till riktad och mätbar kommunikation. Annonsörerna har ett ökat behov av att definiera och analysera målgrupper, till vilka man skapar anpassade multikanallösningar där mottagaren ger någon form av respons.

De lösningar som ONE erbjuder har en affärsstrategisk betydelse för transaktionsintensiva företag. Kunderna kan med ONEs produkter minska kostnaden för sina kommunikationsinvesteringar, uppnå bättre nykundsutfall samt skapa förutsättningar för långsiktiga kundrelationer.

Ambitionen är att ONE skall bygga en stabil och tydlig organisation internt såväl som ut mot marknaden. För att uppnå detta har man under året skapat en djupare och starkare relation med befintlig kundstock samtidigt som man avsatt resurser att bearbeta nya potentiella kunder. Detta har gjort att ONE lyckats befästa och stärka positionen hos befintliga kunder samtidigt som kundtappet i princip är obefintligt. Under året har man lyckats attrahera ett stort antal nya kunder, bl a Danske Bank och FastTV.

FÖR ATT ATTRAHERA DE MEST KOMPETENTA
MEDARBETARNA MÅSTE FÖRETAGEN I GRUPPEN
UPPVISA EN ATTRAKTIV ARBETSPLATS
DÄR DET FINNS UTRYMME ATT VÄXA

För att tydliggöra ONEs erbjudande till kund har man skapat sju produktområden. Målsättningen är att fler kunder skall efterfråga helhetslösningar inom Multichannel Marketing och utnyttja potentialen i fler produktområden. Man har slagit ihop säljkåren och etablerat ett huvudkontor. Det skapar ett flöde i vilket kundteam sätts samman över bolagsgränserna och utnyttjar lämpliga affärsområden för MCM-lösningen i syfte att skapa maximal nytta för kunden.

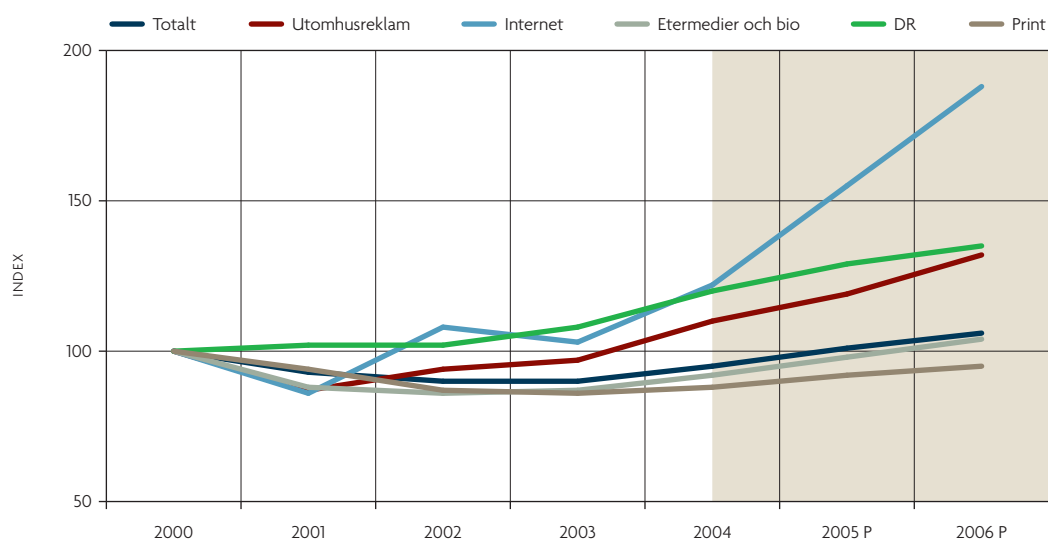
Snabbväxande nya kanaler som Internet, SMS och MMS skapar stor potential för ännu effektivare riktad och mätbar kommunikation. De är både kostnadseffektiva och värdeskapande. Att ligga i framkant vid utvecklingen av dessa nya marknadsföringskanaler är en nödvändig investering för ett bolag med målsättning att utgöra den ledande kommunikationsaktören i Norden.

Mot bakgrund av att ONE är starkt fokuserade på den snabbväxande marknaden för Direktmarknadsföring med särskilt fokus på Multichannel Marketing, ser Bolagets ledning positivt på framtiden. Bredden på tjänsteutbudet ökar möjligheterna till att få instegsaffärer hos nya kunder samt tilläggsaffärer hos befintliga kunder.

Utvecklingen av kringtjänster som Eyeflow och NordPay är en viktig del av ONEs strategi att kunna erbjuda ett unikt koncept mot kund. ONE kommer därför även framledes satsa på att utveckla nya tjänster, ett intressant område är t ex Direktmarknadsföring via Digital-TV.

Utveckling i mediemarknadens huvudkategorier 2000-2006

Utfall 2000-2004, prognos 2005 och 2006. Index.



KÄLLA: IRM

Aktiekapitalets utveckling

Aktiekapitalet i Bolaget uppgår till 505 455 SEK och det totala antalet aktier uppgår till 10 109 100. Alla aktier är av samma slag och har lika rätt till Bolagets tillgångar och resultat. Vid bolagsstämman får varje röstberättigad rösta för fulla antalet ägda och företrädde aktier utan begränsning i rösträtten. Tabellen nedan visar aktiekapitalets utveckling sedan Bolaget bildades.

År	Transaktion	Förändring av antalet aktier	Förändring av AK	Totalt AK	Totalt antal aktier	Nominellt värde per aktie	Emissionskurs per aktie
2002	Bolagsbildning	1 000	100 000	100 000	1 000	100	100
2003	Split 10 000:1	9 999 000	-	100 000	10 000 000	0,01	-
2003	Fondemission	-	400 000	500 000	10 000 000	0,05	-
2003	Nyemission	109 100	5 455	505 455	10 109 100	0,05	3,7
2005	Nyemission	10 109 100	505 455,00	1 010 910	20 218 200	0,05	1,10

Teckningsoptioner har givits ut som led i två incitamentsprogram riktade till nyckelpersoner i Bolaget.

Program 05/08

Totalt omfattar programmet 600 000 aktier med teckningsperiod 2008-03-01–2008-03-31 till en kurs om 6 SEK per aktie. Aktiekapitalet kan ökas med maximalt 30 000 SEK.

Program 05/10

Totalt omfattar programmet 400 000 aktier med teckningsperiod 2010-03-01–2010-03-31 till en kurs om 9 SEK per aktie. Aktiekapitalet kan ökas med maximalt 20 000 SEK. 100 000 optioner är ännu ej fördelade.

För uppgift om vilka som innehar optionerna, se avsnittet "Styrelse och ledande befattningshavare".

Konvertibla skuldebrev har inte utgivits.

Ägarförhållanden

Bolaget hade per den 2005-09-09 totalt 1 292 aktieägare och tabellen nedan visar de största aktieägarna:

Aktieägare	Antal aktier	%
Mikael Gullström	2 745 200	27,2
Hans Molund	2 631 814	26,0
Mats Boquist genom bolag	1 244 800	12,3
Jerker Stenberg	751 500	7,4
Ulf Löwenhav genom bolag	390 000	3,9
Övriga	2 345 786	23,2
Totalt	10 109 100	100,0

Associationsform m m

One Media Holding AB (publ) är ett svenskt aktiebolag bildat den 10 januari 2002, vilket regleras av Aktiebolagslagen (1975:1385). Bolagets organisationsnummer är 556621-8227. Bolaget ändrade firma per 2002-04-16 från AB Grundstenen 94189 till Brand Xchange AB, per 2002-08-27 till One Media Network AB, per 2002-11-25 till One Media Holding AB (publ), varefter Bolaget blev publikt den 17 juni 2003. Bolagets aktie är ansluten till VPC AB. Bolaget har bedrivit nuvarande verksamhet sedan starten. Bolagets aktier är sedan den 19 november 2004 noterade på Aktietorget.

Väsentliga avtal

ONE har inte, såvitt styrelsen känner till, ingått några avtal av avgörande betydelse som begränsar Bolagets intäkts- eller vinstförmåga framöver.

Närståendetransaktioner

Bolaget har nyligen förvärvat ONE Direct AB från huvudägarna Hans Molund och Mikael Gullström. Under förutsättning att ONE Direct AB visar ett positivt resultat kommer en resultatbaserad tilläggsköpeskilling om maximalt 1 600 000 SEK att betalas till säljarna. Denna överenskommelse gäller t o m räkenskapsåret 2007.

Bolaget förvärvade i mars 2005 cirka 11 procent av aktierna i Torget.se AB. Köpeskillingen uppgick till cirka 750 KSEK i form av nyemitterade aktier till en kurs om 3,5 SEK per aktie. Inkråmet i Torget.se AB har avyttrats till annat bolag och likvidationsförfarande har inletts. Mot denna bakgrund har Hans Molund övertagit hela affären på oförändrade villkor.

Lock-up agreement för huvudägare

Bolagets huvudägare Hans Molund, Mikael Gullström och Jerker Stenberg har genom ett s k "lock-up avtal" förbundit sig att inte avyttra aktier i bolaget till extern part under 6 månader från och med 2005-09-21.

Tvister

ONE är inte part i någon tvist, rättegång eller skiljedomsförfarande vars utfall bedöms väsentligen påverka Bolagets ekonomiska ställning. Styrelsen känner inte heller till något som skulle kunna föranleda skadeståndsanspråk eller framtida rättsliga processer.

Kontrollbalansräkning i dotterbolag

Dotterbolaget ONE Response AB hade under en period under räkenskapsåret 2004/05 negativt eget kapital, vilket justerades genom ett ovillkorat aktieägartillskott om 4 000 KSEK från moderbolaget, One Media Holding AB (publ).

Försäkringar

ONE har en heltäckande företagsförsäkring hos Länsförsäkringar. Styrelsen bedömer att Bolagets försäkringsskydd är tillfredsställande med hänsyn till verksamhetens art och omfattning.

Ersättningar till styrelse, verkställande direktör, ledande befattningshavare och revisor

Ersättningar till styrelsen exklusive VD uppgick för räkenskapsåret 2004/05 till 0 KSEK (321) inklusive sociala avgifter. Ersättning till verkställande direktören uppgick till 480 KSEK (321) exklusive sociala avgifter.

Verkställande direktören erhåller för en årlig ersättning om 480 KSEK exklusive sociala kostnader, avtalet löper med en ömsesidig uppsägningstid om sex (6) månader.

Ersättning till ledande befattningshavare, exklusive VD, uppgick under 2004/05 till 1 589 KSEK, exklusive sociala kostnader, fördelat på 7 personer.

Jerker Stenberg anställdes som verkställande direktör den 15 augusti 2004.

Ersättning till ONEs revisorer uppgick under 2004/05 till 336 (90) KSEK, varav 266 (90) KSEK avsåg revisionsuppdrag och 70 (0) KSEK avsåg andra uppdrag.

Handelsplats

Aktietorget, som är auktoriserad marknadsplats under Finansinspektionens tillsyn, noterade den 19 november 2004 ONEs aktier på Aktietorget. En handelspost omfattar 1 000 aktier.

9

STYRELSE, LEDANDE BEFATTNINGSHAVARE OCH REVISORER

Styrelse

Peter Näslund. Ordförande. Född 1962. Invald 2004.

Advokat och delägare i Advokatfirma Lindhs DLA Nordic KB. Styrelseledamot i NGS Group AB (publ), Shephard Energy AB, Business Improver Group AB (publ).

Innehav i ONE: 100 000 aktier samt 300 000 teckningsoptioner i Program 05/08

Johanna Fagrell Köhler. Ledamot. Född 1966. Invald 2005.

MSc Lunds universitet, DIHR Stockholms universitet. Verkställande direktör och delägare Summer Design AB. Tidigare bl a affärsområdesansvarig Icon Medialab AB. Styrelseledamot i Summer Design AB.

Innehav i ONE: 50 000 teckningsoptioner i Program 05/08 samt 100 000 teckningsoptioner i Program 05/10

Jerker Stenberg. Ledamot. Född 1961. Invald 2003.

Civilekonom Uppsala universitet.

Verkställande direktör och koncernchef One Media Holding AB (publ). Tidigare VD Kuponginlösen AB. Styrelseledamot i Domaine Wines AB.

Innehav i ONE: 751 500 aktier samt 200 000 teckningsoptioner i Program 05/08

Hans Molund. Ledamot. Född 1952. Invald 2002.

Arbetande styrelseledamot One Media Holding AB (publ).

Styrelseordförande Novoton Entertainment AB, ledamot i Pinion AB.

Innehav i ONE: 2 631 814 aktier

Jan-Olof Hersler. Ledamot. Född 1953. Invald 2005.

Civilekonom Lunds universitet. Äger och driver Apex Corporate Finance.

Tidigare Vice President Danske Securities, Aragon, Handelsbanken Markets, General Manager Svenska Finans m m. Styrelseordförande Xover AB, styrelseledamot Digital Illusions AB.

Innehav i ONE: 150 000 teckningsoptioner i Program 05/10

Ledande befattningshavare

Jerker Stenberg. Verkställande direktör och koncernchef. Född 1961. Grundare, tillträdde som VD 2004. Se styrelse.

Pia-Lena Moller. Verkställande direktör ONE Direct AB. Född 1966. Anställd 2005. Ekonomistudier vid Stockholms Universitet. Tidigare strateg/projektledare Trackster, Vattenfall, Nordea m fl. Ledamot av Direktreklamsjuryn i Resumé.
Innehav i ONE: 50 000 teckningsoptioner i Program 05/10

Peter Viklund. Senior projektledare. Född 1965. Anställd 2003. DIHM. Tidigare Nordisk försäljningschef Kuponginlösen AB.
Innehav i ONE: 50 000 teckningsoptioner i Program 05/08

Mikael Gullström. Senior projektledare. Född 1962. Grundare. Tidigare VD Nxt Graphic, VD nxt Sthlm samt VD Grafiska Kompaniet.
Innehav i ONE: 2 745 200 aktier

Lars-Åke Almström. Redovisningschef. Född 1953. Anställd 2005. Ekonomlinjen Stockholms universitet med inriktning på redovisning. Tidigare IT-konsult, revisorsassistent Ernst & Young samt bedrivit egen redovisningsverksamhet.
Innehav i ONE: 0

Maria Eriksson. Platschef Talkingheads AB. Född 1966. Anställd 2002. Tidigare verksam inom ett antal befattningar inom Call Centerverksamhet, marknadsföring m m.
Innehav i ONE: 0

Hans Molund. Arbetande styrelseledamot One Media Holding AB (publ). Född 1952. Grundare. Se styrelse.

Revisorer

Sten Olofsson. Auktoriserad revisor. Född 1953. Vald 2004. Lindebergs Grant Thornton.

Kjell L Karlsson. Godkänd revisor. Född 1946. Vald 2004. Lindebergs Grant Thornton.



STYRELSEN, FRÅN VÄNSTER: HANS MOLUND, PETER NÄSLUND, JOHANNA FAGRELL KÖHLER, JERKER STENBERG. EJ MED PÅ BILD: JAN-OLOF HERSLER.

§ 1 Firma

Bolagets firma är One Media Holding AB (publ).

§ 2 Styrelsens säte

Styrelsen har sitt säte i Karlskoga Kommun.

§ 3 Verksamhet

Bolaget ska direkt och genom dotterbolag bedriva försäljning och konsultverksamhet inom marknadsföring, postorder och media samt äga och förvalta aktier och andra värdepapper ävensom idka därmed förenlig verksamhet.

§ 4 Aktiekapital

Aktiekapitalet utgör lägst 500 000 kronor och högst 2 000 000 kronor.

§ 5 Aktiebelopp

Aktie lyder på 0,05 krona

§ 6 Styrelse och revisorer

Styrelsen består av 3–10 ledamöter med 0–10 suppleanter. Den väljs årligen på ordinarie bolagsstämma för tiden intill dess nästa ordinarie bolagsstämma har hållits. Består styrelsen av en eller två ledamöter skall minst en suppleant väljas. 1–2 revisorer med eller utan revisorssuppleanter väljes på ordinarie bolagsstämma för tiden intill dess ordinarie bolagsstämma har hållits under fjärde räkenskapsåret efter valet.

§ 7 Kallelse

Kallelse till bolagsstämma skall ske genom kungörelse i Post- och Inrikes Tidningar och Svenska Dagbladet eller annan rikstäckande dagstidning. Andra meddelanden skall ske genom brev med posten.

Kallelse till ordinarie bolagsstämma samt kallelse till extra bolagsstämma där fråga om ändring av bolagsordningen kommer att behandlas skall utfärdas tidigast sex och senast fyra veckor före stämman. Kallelse till annan extra bolagsstämma skall utfärdas tidigast sex och senast två veckor före stämman.

För att få delta på bolagsstämman skall aktieägare dels vara upptagen i utskrift av hela aktieboken avseende förhållanden tio dagar före stämman, dels anmäla sig hos Bolaget senast kl 16.00 den dag som anges i kallelsen till stämman. Denna dag får inte vara söndag, annan allmän helgdag, lördag, midsommarafton, julafton eller nyårsafton och inte infalla tidigare än femte vardagen före stämman.

§ 8 Bolagsstämma

Ordinarie bolagsstämma hålles årligen inom 6 månader efter räkenskapsårets utgång. På ordinarie bolagsstämma 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
 - A. om fastställande av resultaträkning och balansräkning samt, i förekommande fall, koncernresultaträkning och koncernbalansräkning.
 - B. om dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust enligt den fastställda balansräkningen.
 - C. om ansvarsfrihet åt styrelseledamöter och verkställande direktör när sådan förekommer.
8. Fastställande av styrelse- och revisorsarvoden.
9. Val av styrelse och, i förekommande fall, revisorer samt eventuella revisorssuppleanter.
10. Annat ärende som ankommer på stämman enligt aktiebolagslagen eller bolagsordningen.

§ 9 Rösträtt

Vid bolagsstämma äger envar röstberättigad rösta för fulla antalet av honom ägda och företrädda aktier utan begränsning i röstetalet.

§ 10 Räkenskapsår

Bolagets räkenskapsår skall vara 0701–0630.

§ 11 Avstämningsdag

Den som på fastställd avstämningsdag är införd i aktieboken eller i förteckning enligt 3 kap 12 § aktiebolagslagen (1975:1385) skall anses behörig mottaga utdelning och, vid fondemission, ny aktie som tillkommer aktieägare samt att utöva aktieägares företrädesrätt att delta i emission.

Denna bolagsordning antogs på extra bolagsstämma den 12 maj 2003.

Koncernens resultaträkning

	Not	2004-07-01 –2005-06-30	2003-07-01 –2004-06-30	2002-01-10 –2003-06-30
Rörelsens intäkter m m	1			
Nettoomsättning		39 612 031	27 202 808	21 806 091
Förändring av lager av produkter i arbete, färdiga varor och pågående arbete för annans räkning		31 250	-255 564	255 564
Aktiverat arbete för egen räkning		0	174 000	0
Övriga rörelseintäkter		38 771	0	0
Summa intäkter m m		39 682 052	27 121 244	22 061 655
Rörelsens kostnader	1			
Handelsvaror		-19 594 708	-12 844 575	-8 105 648
Övriga externa kostnader	2, 3	-7 392 399	-6 208 332	-6 192 953
Personalkostnader	4, 5	-11 940 707	-8 559 969	-10 161 898
Upplösning av negativ goodwill	6	364 516	0	
Avskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar	7, 8 9, 10	-706 477	-377 699	-145 269
Summa rörelsens kostnader		-39 269 775	-27 990 575	-24 605 768
Rörelseresultat		412 277	-869 331	-2 544 113
Resultat från finansiella investeringar				
Resultat från andelar i koncernföretag	11	0	-80 000	0
Resultat från andelar i intresseföretag	12	482 036	968 836	44 002
Övriga ränteintäkter och liknande resultatposter		21 451	16 099	5 459
Räntekostnader och liknande resultatposter		-516 071	-239 434	-194 876
Summa resultat från finansiella investeringar		-12 584	665 501	-145 415
Resultat efter finansiella poster		399 693	-203 830	-2 689 528
Skatt på årets resultat	13	-15 354	-126 453	0
Årets resultat		384 339	-330 283	-2 689 528

Koncernens balansräkning

	Not	2005-06-30	2004-06-30	2003-06-30
Tillgångar				
Anläggningstillgångar				
<i>Immateriella anläggningstillgångar</i>				
Inköp av verksamhetsgrenar	7	3 154 474	3 540 044	0
Utvecklingskostnader	8	1 109 235	174 000	0
Goodwill	9	704 918	0	853 616
		4 968 627	3 714 044	853 616
<i>Materiella anläggningstillgångar</i>				
Inventarier, verktyg och installationer	10	689 295	346 241	527 034
		689 295	346 241	527 034
<i>Finansiella anläggningstillgångar</i>				
Andelar i intresseföretag	14	1 482 036	82 838	114 002
Andra långfristiga fordringar		165 018	2 000 000	0
		1 647 054	2 082 838	114 002
Summa anläggningstillgångar		7 304 976	6 143 123	1 494 652
Omsättningstillgångar				
<i>Varulager m m</i>				
Råvaror och förnödenheter		281 637	172 895	0
Pågående arbeten för annans räkning	15	31 250	0	255 564
		312 887	172 895	255 564
<i>Kortfristiga fordringar</i>				
Kundfordringar		4 990 629	2 779 644	8 350 789
Övriga kortfristiga fordringar		321 999	840 765	308 074
Förutbetalda kostnader upplupna intäkter	16	2 882 160	1 816 196	266 795
		8 194 788	5 436 605	8 925 658
<i>Klientmedel</i>				
Klienters bankmedel		728 626	0	0
Klientmedelsskuld		-728 626	0	0
<i>Kassa och bank</i>				
		818 790	480 398	922 275
Summa omsättningstillgångar		9 326 465	6 089 898	10 103 497
Summa tillgångar		16 631 441	12 233 021	11 598 149

Koncernens balansräkning

	Not	2005-06-30	2004-06-30	2003-06-30
Eget kapital och skulder				
Eget kapital				
<i>Bundet eget kapital</i>				
Aktiekapital		505 455	505 455	503 690
Bundna reserver		979 166	345 841	263 275
		<u>1 484 621</u>	<u>851 296</u>	<u>766 965</u>
<i>Ansamlad förlust</i>				
Fria reserver		-2 207 517	-1 169 449	0
Årets resultat		384 339	-330 283	-2 689 528
		<u>-1 823 178</u>	<u>-1 499 732</u>	<u>-2 689 528</u>
Summa eget kapital		-338 557	-648 436	-1 922 563
Avsättningar				
Avsättningar för skatter	17	76 333	31 612	0
Summa avsättningar		76 333	31 612	0
Långfristiga skulder				
Skulder till kreditinstitut	18, 19	4 842 121	1 609 633	3 853 299
Övriga skulder		0	2 374 395	4 700
Summa långfristiga skulder		4 842 121	3 984 028	3 857 999
Kortfristiga skulder				
Skulder till kreditinstitut		1 054 962	240 000	240 000
Leverantörsskulder		6 191 018	3 732 518	4 286 772
Skulder till intresseföretag		0	0	13 808
Skatteskulder		222 567	94 841	0
Övriga kortfristiga skulder		1 825 724	3 091 763	2 517 913
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	20	2 757 274	1 706 695	2 604 220
Summa kortfristiga skulder		12 051 544	8 865 817	9 662 713
Summa eget kapital och skulder		16 631 441	12 233 021	11 598 149
Ställda säkerheter	21	6 477 513	3 363 000	5 063 000
Ansvarsförbindelser		Inga	Inga	Inga

Koncernens sammanställning över förändringar i eget kapital

	Aktie- kapital	Bundna reserver	Fria reserver	Årets resultat	S:a eget kapital
Eget kapital per 2004-06-30	505 455	345 841	-1 169 449	-330 283	-648 436
Förskjutning mellan bundet och fritt eget kapital		645 034	-645 034		0
Balansering av föregående års resultat			-330 283	330 283	0
Kostnader nyemission		-11 709			-11 709
Resultat 2003/2004 i intressebolag som nu är helägt			-62 751		-62 751
Årets resultat				384 339	384 339
Eget kapital per 2005-06-30	505 455	979 166	-2 207 517	384 339	-338 557

	Aktie- kapital	Bundna reserver	Fria reserver	Årets resultat	S:a eget kapital
Eget kapital per 2003-06-30	503 690	263 275		-2 689 528	-1 922 563
Förskjutning mellan bundet och fritt eget kapital		81 289	-81 289		0
Balansering av föregående års resultat			-2 689 528	2 689 528	0
Nyemission	1 765	1 277			3 042
Försäljning dotterbolag			1 601 368		1 601 368
Årets resultat				-330 283	-330 283
Eget kapital per 2004-06-30	505 455	345 841	-1 169 449	-330 283	-648 436

	Aktie- kapital	Bundna reserver	Fria reserver	Årets resultat	S:a eget kapital
Eget kapital per 2002-01-10	500 000				500 000
Nyemission	3 690	263 275			266 965
Årets resultat				-2 689 528	-2 689 528
Eget kapital per 2003-06-30	503 690	263 275	0	-2 689 528	-1 922 563

Koncernens Kassaflödesanalys

(KSEK)	2004-07-01 –2005-06-30	2003-07-01 –2004-06-30	2002-01-10 –2003-06-30
Den löpande verksamheten			
Resultat efter finansiella poster	399	-204	-2 690
Avskrivningar	707	378	145
Övriga ej kassapåverkande poster	-920	31	-7
Betald inkomstskatt	-15	-126	0
Kassaflöde från den löpande verksamheten			
före förändring av rörelsekapital	171	79	-2 552
Förändring av rörelsekapital			
Ökning/Minskning av varulager	-140	82	-255
Ökning/Minskning av fordringar	-2 204	3 489	-8 926
Ökning/Minskning av övriga korta skulder	3 186	-765	9 663
Kassaflöde från den löpande verksamheten	1 013	2 885	-2 070
Investeringsverksamhet			
Förvärv av immateriella anläggningstillgångar	-1 008	-4 030	-1 036
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-409	-408	-597
Förvärv av övriga anläggningstillgångar	-160	-2 000	0
Justering för avyttrat dotterbolag	0	2 982	0
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-1 577	-3 456	-1 633
Finansieringsverksamhet			
Nyemission	0	3	767
Ökning/Minskning långfristiga skulder	903	126	3 858
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	903	129	4 625
Ökning/Minskning av likvida medel			
Likvida medel vid årets början	480	922	0
Likvida medel vid årets slut	819	480	922



ONE SKA ENLIGT BOLAGETS VARUMÄRKESSTRATEGI STÅ
FÖR DET MODERNA, UTMANANDE OCH LEDANDE MED ETT
SJÄLVFÖRTROENDE SOM GÖR ATT MAN KAN VARA ENKEL

Moderbolagets resultaträkning

	Not	2004-07-01 –2005-06-30	2003-07-01 –2004-06-30	2002-01-10 –2003-06-30
Rörelsens intäkter m m	1, 22			
Nettoomsättning		3 378 549	8 536 900	10 846 695
Förändring av lager av produkter i arbete, färdiga varor och pågående arbete för annans räkning		0	-317 273	317 273
Summa intäkter m m		3 378 549	8 219 627	11 163 968
Rörelsens kostnader	1, 22			
Handelsvaror		-576 446	-4 662 574	-8 313 608
Övriga externa kostnader	2, 3	-2 987 029	-1 857 777	-2 775 433
Personalkostnader	4, 5	-24 778	-1 660 409	-612 652
Summa rörelsens kostnader		-3 588 253	-8 180 760	-11 701 693
Rörelseresultat		-209 704	38 867	-537 725
Resultat från finansiella investeringar				
Resultat från andelar i koncernföretag	11	0	-80 000	0
Resultat från andelar i intresseföretag	12	0	885 998	44 002
Övriga ränteintäkter och liknande resultatposter		294	321	5 113
Räntekostnader och liknande resultatposter		-83 171	-96 827	-66 223
Summa resultat från finansiella investeringar		-82 877	709 492	-17 108
Resultat efter finansiella poster		-292 581	748 359	-554 833
Bokslutsdispositioner	23	112 900	-112 900	0
Skatt på årets resultat	13	0	-94 841	0
Årets resultat		-179 681	540 618	-554 833

Moderbolagets balansräkning

	Not	2005-06-30	2004-06-30	2003-06-30
Tillgångar				
Anläggningstillgångar				
Finansiella anläggningstillgångar				
Andelar i koncernföretag	24	5 415 761	1 255 761	1 663 001
Andelar i intresseföretag		<u>0</u>	<u>0</u>	114 002
Fordringar hos koncernföretag		<u>2 000 000</u>	<u>2 000 000</u>	<u>0</u>
		<u>7 415 761</u>	<u>3 255 761</u>	<u>1 777 003</u>
Summa anläggningstillgångar		7 415 761	3 255 761	1 777 003
Omsättningstillgångar				
<i>Kortfristiga fordringar</i>				
Varulager mm				317 273
<i>Kortfristiga fordringar</i>				
Kundfordringar		1 558	369 489	3 048 578
Fordringar hos koncernföretag		96 541	0	389 954
Övriga kortfristiga fordringar		199 150	123 705	45 000
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	16	<u>245 791</u>	<u>5 698</u>	<u>53 460</u>
		<u>543 040</u>	<u>498 892</u>	<u>3 536 992</u>
<i>Kassa och bank</i>	19	<u>46 663</u>	<u>0</u>	<u>266 965</u>
Summa omsättningstillgångar		589 703	498 892	4 121 230
Summa tillgångar		8 005 464	3 754 653	5 898 233



Moderbolagets balansräkning

	Not	2005-06-30	2004-06-30	2003-06-30
Eget kapital och skulder				
Eget kapital				
<i>Bundet eget kapital</i>				
Aktiekapital		505 455	505 455	503 690
Överkursfond		<u>252 846</u>	<u>264 552</u>	<u>263 275</u>
		<u>758 301</u>	<u>770 007</u>	<u>766 965</u>
<i>Ansamlad förlust</i>				
Balanserat resultat		-14 215	-554 833	0
Årets resultat		<u>-179 681</u>	<u>540 618</u>	<u>-554 833</u>
		<u>-193 896</u>	<u>-14 215</u>	<u>-554 833</u>
Summa eget kapital		564 405	755 792	212 132
Obeskattade reserver	25	0	112 900	0
Långfristiga skulder				
Skulder till kreditinstitut	18	430 000	1 229 161	1 211 986
Övriga skulder		<u>170 608</u>	<u>173 058</u>	<u>4 700</u>
Summa långfristiga skulder		600 608	1 402 219	1 216 686
Kortfristiga skulder				
Skulder till kreditinstitut		60 000	240 000	240 000
Leverantörsskulder		775 970	746 207	2 670 258
Skulder till koncernföretag		5 651 403	3 839	10 163
Skatteskulder		94 841	94 841	0
Övriga kortfristiga skulder		100 000	350 225	1 301 408
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	20	<u>158 237</u>	<u>48 630</u>	<u>247 586</u>
Summa kortfristiga skulder		6 840 451	1 483 742	4 469 415
Summa eget kapital och skulder		8 005 464	3 754 653	5 898 233
Ställda säkerheter	21	2 563 000	2 563 000	2 563 000
Ansvarsförbindelser		Inga	Inga	Inga

Moderbolagets sammanställning över förändringar i eget kapital

	Aktie- kapital	Över- kursfond	Fria reserver	Årets resultat	S:a eget kapital
Eget kapital per 2004-06-30	505 455	264 552	-554 833	540 618	755 792
Balansering av föregående års resultat			540 618	-540 618	0
Kostnader nyemission		-11706			-11 706
Årets resultat				-179 681	-179 681
Eget kapital per 2005-06-30	505 455	252 846	-14 215	-179 681	564 405

	Aktie- kapital	Över- kursfond	Fria reserver	Årets resultat	S:a eget kapital
Eget kapital per 2003-06-30	503 690	263 275		-554 833	212 132
Balansering av föregående års resultat			-554 833	554 833	0
Nyemission	1 765	1 277			3 042
Årets resultat				540 618	540 618
Eget kapital per 2004-06-30	505 455	264 552	-554 833	540 618	755 792

	Aktie- kapital	Över- kursfond	Fria reserver	Årets resultat	S:a eget kapital
Eget kapital per 2002-01-10	500 000				500 000
Balansering av föregående års resultat			0	0	
Nyemission	3 690	263 275			266 965
Årets resultat				-554 833	-554 833
Eget kapital per 2003-06-30	503 690	263 275	0	-554 833	212 132





Moderbolagets Kassaflödesanalys

(KSEK)	2004-07-01 -2005-06-30	2003-07-01 -2004-06-30	2002-01-10 -2003-06-30
Den löpande verksamheten			
Resultat efter finansiella poster	-293	748	-555
Avskrivningar	0	0	0
Övriga ej kassapåverkande poster	-12	0	-44
Betald inkomstskatt	<u>0</u>	<u>-95</u>	<u>0</u>
Kassaflöde från den löpande verksamheten			
före förändring av rörelsekapital	-305	653	-599
Förändring av rörelsekapital			
Ökning/Minskning av varulager	0	317	-317
Ökning/Minskning av fordringar	-43	3 038	-3 537
Ökning/Minskning av övriga korta skulder	<u>5 357</u>	<u>-2 985</u>	<u>4 229</u>
Kassaflöde från den löpande verksamheten			
	5 009	1 023	-224
Investeringsverksamhet			
Förvärv av immateriella anläggningstillgångar	0	-1 156	0
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	0	0	-1 733
Förvärv av övriga anläggningstillgångar	-4 160	-2 000	0
Justering för avyttrat dotterbolag	<u>0</u>	<u>1 677</u>	<u>0</u>
Kassaflöde från investeringsverksamheten			
	-4 160	-1 479	-1 733
Finansieringsverksamhet			
Nyemission	0	3	767
Ökning/Minskning långfristiga skulder	<u>-802</u>	<u>186</u>	<u>1 457</u>
Kassaflöde från finansieringsverksamheten			
	-802	189	2 224
Ökning/Minskning av likvida medel			
Likvida medel vid årets början	0	267	0
Likvida medel vid årets slut	47	0	267

Noter och redovisningsprinciper

Not 1

Värderingsprinciper

Bolagets årsredovisning har upprättats enligt Årsredovisningslagen och Redovisningsrådets rekommendationer och uttalanden.

Koncernredovisning

Koncernredovisningen har upprättats i enlighet med Redovisningsrådets rekommendation RR 1:00. I koncernredovisningen ingår samtliga dotterföretag.

Dotterföretag är företag i vilka moderföretaget direkt eller indirekt innehar mer än 50 procent av röstetalet eller på annat sätt har ett bestämmande inflytande över den driftsmässiga och finansiella styrningen. Dotterföretag redovisas i normalfallet enligt förvärvsmetoden. Förvärvsmetoden innebär att ett förvärv av dotterföretag betraktas som en transaktion varigenom moderföretaget indirekt förvärvar dotterföretagets tillgångar och övertar dess skulder. Från och med förvärvstidpunkten inkluderas i koncernredovisningen det förväntade företagets intäkter och kostnader, identifierbara tillgångar och skulder liksom eventuell uppkommen goodwill eller negativ goodwill.

Intresseföretagsredovisning

Som intresseföretag betraktas de företag som inte är dotterföretag men där moderbolaget direkt eller indirekt innehar minst 20 procent av rösterna för samtliga andelar. Andelar i intresseföretag redovisas enligt den sk anskaffningsvärde-metoden. Metoden innebär att andelen i intresseföretag tas upp till anskaffningsvärdet i balansräkningen. I resultaträkningen tas bara erhållna utdelningar från intresseföretag upp som intäkt. Koncernen använder sig av kapitalandelsmetoden. Metoden innebär att andelen i intresseföretag ökas/minskas med årets resultatandel.

Fordringar

Fordringar upptas till det belopp, som efter individuell bedömning beräknas bli betalt.

Inkomstskatter

Bolaget tillämpar Redovisningsrådets rekommendation RR 9 Inkomstskatter. Total skatt utgörs av aktuell skatt och uppskjuten skatt. Skatter redovisas i resultaträkningen utom då underliggande transaktion redovisas direkt mot eget kapital varvid tillhörande skatteeffekt redovisas i eget kapital. Aktuell skatt är skatt som skall betalas eller erhållas aktuellt år. Hit hör även justering av aktuell skatt hänförlig till tidigare perioder. Uppskjuten skatt beräknas enligt balansräkningsmetoden med utgångspunkt i temporära skillnader mellan redovisade och skattemässiga värden på tillgångar och skulder. Beloppen beräknas baserade på hur de temporära skillnaderna förväntas bli utjämnade och med tillämpning av de skattesatser och skatteregler som är beslutade eller aviserade per balansdagen. Obeskattade reserver redovisas inklusive uppskjuten skatteskuld. Uppskjutna skattefordringar avseende avdragsgilla temporära skillnader och underskottsavdrag redovisas endast i den mån det är sannolikt att dessa kommer att medföra lägre skatteutbetalningar i framtiden.

Intäkter

Bolaget vinstavräknar utförda tjänsteuppdrag på löpande räkning i den takt arbetet utförs. Pågående, ej fakturerade tjänsteuppdrag till fast pris, tas i balansräkningen upp till värdet av nedlagda kostnader inklusive skälig andel indirekta kostnader. Vid beräkningen av upparbetad vinst har färdigställandegraden beräknats som nedlagd tid per balansdagen i relation till den totala beräknade tidsåtgången för att fullgöra uppdraget.

Varulager

Varulagret värderas enligt den s k FIFO-metoden till det lägsta av anskaffningsvärde och verkligt värde.

Immateriella anläggningstillgångar

Inköp av verksamhetsgrenar värderas till anskaffningsvärde. Utvecklingskostnader värderas till direkta kostnader inklusive skäligen andel av indirekta kostnader. Linjär avskrivningsmetod används för samtliga typer av immateriella anläggningstillgångar. Följande avskrivningstider tillämpas:

Inköp av verksamhetsgrenar	10 år
Utvecklingskostnader	5 år
Goodwill	5 år

Materiella anläggningstillgångar

Materiella anläggningstillgångar skrivs av systematiskt över tillgångens bedömda nyttjandeperiod. När tillgångarnas avskrivningsbara belopp fastställs, beaktas i förekommande fall tillgångens restvärde.

Linjär avskrivningsmetod används för samtliga typer av materiella anläggningstillgångar. Följande avskrivningstider tillämpas:

Inventarier, verktyg och installationer 5 år

Leasingavtal

Samtliga leasingavtal redovisas som operationella, d v s leasingavgifter kostnadsförs löpande.

Kassaflödesanalys

Kassaflödesanalysen upprättas enligt indirekt metod. Det redovisade kassaflödet omfattar endast transaktioner som medför in- och utbetalningar.

Som likvida medel klassificeras, förutom kassa- och banktillgodohavanden, kortfristiga finansiella placeringar som dels är utsatta för endast obetydlig risk för värdefluktuationer, dels

- handlas på en öppen marknad till kända belopp eller
- har kortare återstående löptid än tre månader från anskaffningstidpunkten.

IFRS

Från och med räkenskapsåret som inleds 2005-07-01 kommer One Media Holding AB (publ) att tillämpa International Financial Reporting Standards (IFRS, tidigare IAS). Årsredovisningen 2004/2005 blir därför den sista årsredovisning som upprättas enligt Redovisningsrådets (RR) rekommendationer.

Vid en genomgång av skillnaderna mellan RR och IFRS, och vilka effekter som uppstår vid införandet av IFRS, konstaterades att påverkan på koncernens resultat och ställning ej är väsentlig.

Not 2 Ersättning till revisorerna

	2004-07-01	2003-07-01	2003-07-01
	2005-06-30	2004-06-30	2004-06-30
Koncernen			
Revisionsuppdrag	265 898	89 881	85 000
Övriga uppdrag	<u>69 786</u>	<u>0</u>	<u>0</u>
Summa	335 684	89 881	85 000

	2004-07-01	2003-07-01	2003-07-01
	2005-06-30	2004-06-30	2004-06-30
Moderbolaget			
Revisionsuppdrag	168 364	69 150	20 000
Övriga uppdrag	<u>54 277</u>	<u>0</u>	<u>0</u>
Summa	222 641	69 150	20 000

Not 3 Leasingavtal

	2004-07-01	2003-07-01	2003-07-01
	2005-06-30	2004-06-30	2004-06-30
Koncernen	951 KSEK	669 KSEK	1 087 KSEK
Moderbolaget	41 KSEK	66 KSEK	101 KSEK

Not 4 Medelantalet anställda, löner, andra ersättningar och sociala avgifter

	2004-07-01	2003-07-01	2003-07-01
	2005-06-30	2004-06-30	2004-06-30
Koncernen			
Medelantalet anställda, med fördelning på kvinnor och män uppgår till			
Kvinnor	21	16	38
Män	15	13	35
Totalt	36	29	73
Löner och ersättningar uppgår till			
Styrelsen och verkställande direktören	760 000	321 520	0
Övriga anställda	8 164 349	5 936 098	7 609 097
Totala löner och ersättningar	8 924 349	6 257 618	7 609 097
Sociala avgifter enligt lag och avtal	2 945 634	2 213 086	2 482 235
Pensionskostnader (varav för styrelsen 27 058 kr (0 kr)).	317 736	264 776	0
Totala löner, ersättningar, sociala avgifter och pensionskostnader	12 187 719	8 735 480	10 091 332

Bolagets styrelse utgörs av 25 % kvinnor.

	2004-07-01	2003-07-01	2003-07-01
	2005-06-30	2004-06-30	2004-06-30
Moderbolaget			
Medelantalet anställda, med fördelning på kvinnor och män uppgår till			
Kvinnor	0	2	0
Män	0	3	1
Totalt	0	5	1

Löner och ersättningar uppgår till

Styrelsen	0	0	0
Övriga anställda	0	1 235 925	460 584
Totala löner och ersättningar	0	1 235 925	460 584
Sociala avgifter enligt lag och avtal	0	405 086	151 981
Pensionskostnader (varav för styrelsen 0 kr (0 kr)).	0	0	0
Totala löner, ersättningar, sociala avgifter och pensionskostnader	0	1 641 011	612 565

Bolagets styrelse utgörs av 25 % kvinnor.

Not 5 Sjukfrånvaro

Sjukfrånvaron anges i procent av den sammanlagda ordinarie arbetstiden för varje grupp.

	2004-07-01 2005-06-30	2003-07-01 2004-06-30	2003-07-01 2004-06-30
Koncernen			
Total sjukfrånvaro	2,90 %	3,50 %	-
Andel långtidssjukfrånvaro	1,60 %	2,80 %	-
Kvinnor	1,40 %	4,60 %	-
Män	1,70 %	2,40 %	-
Anställda 30–49 år	7,50 %	-	-
Anställda 50 år-	4,00 %	-	-

Ingen uppdelning på ålder har gjorts då antalet i respektive åldersgrupp är för få.

Not 6 Upplösning av negativ goodwill**Koncernen**

Upplösning av negativ goodwill är hänförlig till förvärv av dotterbolagen ONE Direct AB samt Talkingheads AB.



Not 7 Inköp av verksamhetsgrenar

	2004-07-01	2003-07-01	2002-01-10
	2005-06-30	2004-06-30	2003-06-30
Koncernen			
Ingående anskaffningsvärden	3 855 698	0	0
Årets förändringar			
– Inköp	0	3 855 698	0
– Försäljningar	0	0	0
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	3 855 698	3 855 698	0
Ingående avskrivningar	-315 654	0	0
Årets förändringar			
– Försäljningar	0	0	0
– Avskrivningar	-385 570	-315 654	0
Utgående ackumulerade avskrivningar	-701 224	-315 654	0
Utgående restvärde enligt plan	3 154 474	3 540 044	0

Köpta verksamhetsgrenar bedöms generera intäkter i åtminstone 10 år. En analys visar ett ökat behov hos våra kunder och att verksamheten ej är teknikanpassad. Nyttjandeperioden bedöms till 10 år

Not 8 Utvecklingskostnader

	2004-07-01	2003-07-01	2002-01-10
	2005-06-30	2004-06-30	2003-06-30
Koncernen			
Ingående anskaffningsvärden	174 000	0	0
Årets förändringar			
– Inköp	1 007 706	174 000	0
– Försäljningar	0	0	0
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	1 181 706	174 000	0
Ingående avskrivningar	0	0	0
Årets förändringar			
– Försäljningar	0	0	0
– Avskrivningar	-72 471	0	0
Utgående ackumulerade avskrivningar	-72 471	0	0
Utgående restvärde enligt plan	1 109 235	174 000	0

Not 9 Goodwill

	2004-07-01 2005-06-30	2003-07-01 2004-06-30	2002-01-10 2003-06-30
Koncernen			
Ingående anskaffningsvärden	0	966 358	0
Årets förändringar			
– Inköp	0	0	966 358
– Anskaffningsvärden i samband med förvärv av dotterföretag	1 000 000	0	
– Försäljningar och uttrangeringar	0	-966 358	0
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	1 000 000	0	966 358
Ingående avskrivningar	0	-112 742	0
Årets förändringar			
– Försäljningar och uttrangeringar	0	112 742	-16 106
– Ack. avskrivningar i samband med förvärv av dotterföretag	-95 082		0
– Avskrivningar	-200 000	0	-96 636
Utgående ackumulerade avskrivningar	-295 082	0	-112 742
Utgående restvärde enligt plan	704 918	0	853 616



Not 10 Inventarier, verktyg och installationer

	2004-07-01	2003-07-01	2002-01-10
	2005-06-30	2004-06-30	2003-06-30
Koncernen			
Ingående anskaffningsvärden	408 286	596 642	0
Årets förändringar			
– Inköp	408 997	408 286	596 642
– Anskaffningsvärden i samband med förvärv av dotterföretag	216 369	0	
– Försäljningar och uttrangeringar	0	-596 642	0
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	1 033 652	408 286	596 642
Ingående avskrivningar	-62 045	-69 608	0
Årets förändringar			
– Försäljningar och uttrangeringar	0	69 608	0
– Ack. avskrivningar i samband med förvärv av dotterföretag	-132 768	0	0
– Avskrivningar	-149 544	-62 045	-59 664
– Omklassificeringar	0	0	-9 944
Utgående ackumulerade avskrivningar	-344 357	-62 045	-69 608
Utgående restvärde enligt plan	689 295	346 241	527 034

Not 11 Resultat från andelar i koncernföretag

	2004-07-01	2003-07-01	2002-01-10
	2005-06-30	2004-06-30	2003-06-30
Koncernen och moderbolaget			
Realisationsresultat vid försäljning av verksamhetsgren	0	1 000 000	0
Nedskr. av aktier i Promote One Scandinavia AB i KK	0	-1 080 000	0
Summa	0	-80 000	0

Not 12 Resultat från andelar i intresseföretag

	2004-07-01	2003-07-01	2002-01-10
	2005-06-30	2004-06-30	2003-06-30

Koncernen

Realisationsresultat vid försäljning av

nxt Sthlm Direct Marketing AB	0	885 998	0
Resultatandel Talkingheads AB	0	82 838	-20 000
Resultatandel nxt Sthlm Direct Marketing AB	<u>482 036</u>	<u>0</u>	<u>64 002</u>
Summa	482 036	968 836	44 002

	2004-07-01	2003-07-01	2003-07-01
	2005-06-30	2004-06-30	2004-06-30

Moderbolaget

Realisationsresultat vid försäljning av

nxt Sthlm Direct Marketing AB	0	<u>885 998</u>	<u>0</u>
Resultatandel Talkingheads AB	0	0	64 002
Resultatandel nxt Sthlm Direct Marketing AB	<u>0</u>	<u>0</u>	<u>-20 000</u>
Summa	0	885 998	44 002

Not 13 Skatt på årets resultat

	2004-07-01	2003-07-01	2002-01-10
	2005-06-30	2004-06-30	2003-06-30

Koncernen

Aktuell skatt	-21 091	-94 841	0
Uppskjuten skatt	<u>5 737</u>	<u>-31 612</u>	<u>0</u>
Summa	-15 354	-126 453	0

	2004-07-01	2003-07-01	2002-01-10
	2005-06-30	2004-06-30	2003-06-30

Moderbolaget

Aktuell skatt	0	0	0
Uppskjuten skatt	<u>0</u>	<u>-94 841</u>	<u>0</u>
Summa	0	-94 841	0

Not 14 Andelar i intresseföretag

	2005-06-30	2004-06-30	2003-06-30
Koncernen			
Ingående anskaffningsvärden	82 838	114 002	0
Årets förändringar			
– Inköp	0	0	70 000
– Försäljning/resultatandel nxt Sthlm Direct Marketing AB	0	-114 002	64 002
– Förvärv av dotterbolag Talkingheads AB	-82 838		
– Förvärv av intressebolag nxt Sthlm Direct Marketing AB	1 000 000		
– Resultatandel nxt Sthlm Direct Marketing AB	482 036		
– Resultatandel/nedskrivning Talkingheads AB	0	82 838	-20 000
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	<u>1 482 036</u>	<u>82 838</u>	<u>114 002</u>
Utgående restvärde enligt plan	1 482 036	82 838	114 002

	2005-06-30	2004-06-30	2003-06-30
Moderbolaget			
Ingående anskaffningsvärden	0	114 002	0
Årets förändringar			
– Inköp	0	0	70 000
– Försäljning/resultatandel nxt Sthlm Direct Marketing AB	0	-114 002	64 002
– Nedskrivning Talkingsheads AB			-20 000
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	<u>0</u>	<u>0</u>	<u>114 002</u>
Utgående restvärde enligt plan	0	0	114 002

	Antal andelar	Kapital- andel	Rösträtts- andel	Bokfört värde
--	------------------	-------------------	---------------------	------------------

Intresseföretag

nxt Sthlm Direct Marketing AB	500	50 %	50 %	1 482 036
Org nr 556621-8862				
Säte i Stockholm				

Eget kapital per 2005-06-30: 1 064 074

Not 15 Pågående arbeten för annans räkning

	2005-06-30	2004-06-30	2003-06-30
Koncernen			
Intäkter	<u>0</u>	<u>0</u>	<u>458 302</u>
Nedlagda kostnader	<u>31 250</u>	<u>0</u>	<u>-202 738</u>
Summa	31 250	0	255 564

	2005-06-30	2004-06-30	2003-06-30
Moderbolaget			
Intäkter	<u>0</u>	<u>0</u>	<u>520 011</u>
Nedlagda kostnader	<u>0</u>	<u>0</u>	<u>-202 738</u>
Summa	0	0	317 273

Not 16 Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter

	2005-06-30	2004-06-30	2003-06-30
Koncernen			
Emissionskostnader	0	0	43 123
Förutbetalda leasingavgifter	63 015	209 221	31 253
Förutbetalda försäkringspremier	2 181	1 438	11 559
Förutbetalda serviceavgifter	0	0	87 830
Upplupna intäkter	2 094 025	1 444 356	15 399
Övriga förutbetalda kostnader	<u>722 939</u>	<u>161 181</u>	<u>77 631</u>
Summa	2 882 160	1 816 196	266 795

	2005-06-30	2004-06-30	2003-06-30
Moderbolaget			
Emissionskostnader	0	0	43 123
Förutbetalda leasingavgifter	20 815	4 073	0
Förutbetalda försäkringspremier	2 182	1 438	0
Upplupna intäkter	0	67	1 013
Övriga förutbetalda kostnader	<u>222 794</u>	<u>120</u>	<u>9 324</u>
Summa	245 791	5 698	53 460

Not 17 Avsättningar för skatter

	2005-06-30	2004-06-30	2003-06-30
Koncernen			
Uppskjuten skatt	<u>76 333</u>	<u>31 612</u>	<u>0</u>
Summa	76 333	31 612	0

Not 18 Långfristiga skulder

	2005-06-30	2004-06-30	2003-06-30
Koncernen och moderbolaget			
Del av långfristiga skulder som förfaller till betalning 5 år efter balansdagen uppgår till:	<u>130</u>	<u>0</u>	<u>0</u>

Not 19 Långfristiga skulder (KSEK)

	2005-06-30	2004-06-30	2003-06-30
Koncernen			
Avtalad checkräkningskredit uppgår till	<u>350</u>	<u>1 000</u>	<u>500</u>

	2005-06-30	2004-06-30	2003-06-30
Moderbolaget			
Avtalad checkräkningskredit uppgår till	<u>0</u>	<u>500</u>	<u>500</u>

Not 20 Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter

	2005-06-30	2004-06-30	2003-06-30
Koncernen			
Upplupna semesterlöner inkl sociala avgifter	1 350 275	853 541	691 362
Upplupna löner inkl sociala avgifter	482 585	191 982	417 012
Förutbetalda intäkter	100 000	0	0
Övriga upplupna kostnader	824 414	661 172	1 495 846
Summa	2 757 274	1 706 695	2 604 220

	2005-06-30	2004-06-30	2003-06-30
Moderbolaget			
Upplupna semesterlöner inkl sociala avgifter	0	18 631	
Förutbetalda intäkter	100 000		
Övriga upplupna kostnader	58 237	30 000	30 000
Summa	158 237	48 631	48 631

Not 21 Ställda säkerheter

	2005-06-30	2004-06-30	2003-06-30
Koncernen			
För avsättningar och egna skulder			
Företagsinteckningar	4 606 000	3 363 000	5 063 000
Inventarier belagda med äganderättsförbehåll	0	0	
Belånade kundfordringar	1 871 513	0	0
Summa avseende egna skulder och avsättningar	6 477 513	3 363 000	5 063 000
Summa ställda säkerheter	6 477 513	3 363 000	5 063 000

	2005-06-30	2004-06-30	2003-06-30
Moderbolaget			
För avsättningar och egna skulder			
Företagsinteckningar	2 563 000	2 563 000	2 563 000
Summa avseende egna skulder och avsättningar	2 563 000	2 563 000	2 563 000
Summa ställda säkerheter	2 563 000	2 563 000	2 563 000

Not 22 Inköp och försäljning mellan koncernföretag

Nedan anges andelen av årets inköp och försäljning avseende koncernföretag

	2004-07-01 2005-06-30	2003-07-01 2004-06-30	2002-01-10 2003-06-30
Moderbolagets inköp från koncernföretag	44 %	4,7 %	3,4 %
Moderbolagets försäljning till koncernföretag	63 %	1,9 %	9,2 %

Not 23 Bokslutsdispositioner

	2004-07-01 2005-06-30	2003-07-01 2004-06-30	2002-01-10 2003-06-30
Moderbolaget			
Avsättning till periodiseringsfond	0	-112 900	0
Återföring av periodiseringsfond	<u>112 900</u>		
Summa	112 900	-112 900	0



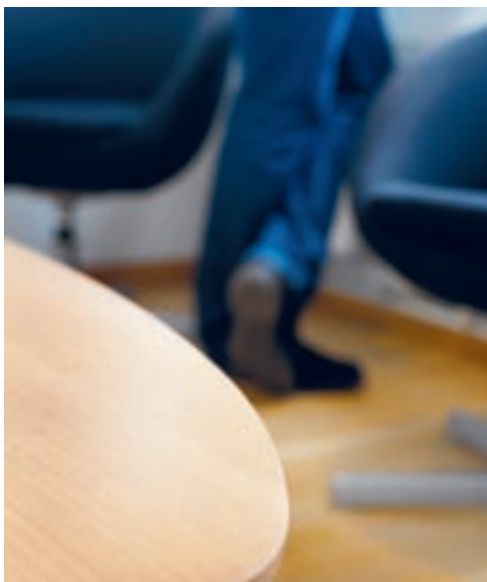
Not 24 Andelar i koncernföretag

	2005-06-30	2004-06-30	2003-06-30
Moderbolaget			
Ingående anskaffningsvärden	1 255 761	1 663 001	0
Årets förändringar			
– Aktieägartillskott	4 000 000	1 155 761	1 663 001
– Inköp	160 000	0	0
– Försäljningar och utrangeringar	0	-1 563 001	0
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	5 415 761	1 255 761	1 663 001
Utgående restvärde enligt plan	5 415 761	1 255 761	1 663 001

	Antal andelar	Kapital- andel	Rösträtts- andel	Bokfört värde	Bokfört värde
Dotterföretag					
ONE Response AB	1 000	100 %	100 %	5 255 761	5 255 761
Org nr 556629-8468, Säte i Stockholm					
Eget kapital per 2005-06-30:	3 291 406				
Resultat 2005-06-30:	-396 001				
ONE Direct AB	1 000	100 %	100 %	100 000	100 000
Org nr 556653-6248, Säte i Stockholm					
Eget kapital per 2005-06-30:	398 301				
Resultat 2005-06-30:	31 655				
Talkingheads AB	1 000	100 %	100 %	60 000	60 000
Org nr 556521-7964 Säte i Gotland					
Eget kapital per 2005-06-30:	144 772				
Resultat 2005-06-30:	-14 250				
OZ Incentives KB	600	60 %	60 %	0	0
Org nr 969688-8024 Säte i Stockholm					
Eget kapital per 2005-06-30:	0				
Resultat per 2005-06-30:	0				

Not 25 Obeskattade reserver

	2005-06-30	2004-06-30	2003-06-30
Moderbolaget			
Akkumulerad skillnad mellan bokförda avskrivningar och avskrivningar enligt plan	0	0	0
Periodiseringsfond tax 2005	<u>0</u>	<u>112 900</u>	<u>0</u>
Summa	0	112 900	0



Till bolagsstämman i One Media Holding AB (publ)
Org.nr 556621-8227

Jag har granskat årsredovisningen, koncernredovisningen och bokföringen samt styrelsens och verkställande direktörens förvaltning i One Media Holding AB (publ) för räkenskapsåret 2004-07-01—2005-06-30. Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för räkenskapshandlingarna och förvaltningen och för att årsredovisningslagen tillämpas vid upprättandet av årsredovisningen och koncernredovisningen. Mitt ansvar är att uttala mig om årsredovisningen, koncernredovisningen och förvaltningen på grundval av min revision.

Revisionen har utförts i enlighet med god revisions sed i Sverige. Det innebär att jag planerat och genomfört revisionen för att med hög men inte absolut säkerhet försäkra mig om att årsredovisningen och koncernredovisningen 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 redovisningsprincipern 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 och koncernredovisningen. Som underlag för mitt uttalande om ansvarsfrihet har jag granskat väsentliga beslut, åtgärder och förhållanden i bolaget för att kunna bedöma om någon styrelseledamot eller verkställande direktören är ersättningskyldig mot bolaget. Jag har även granskat om någon styrelseledamot eller verkställande direktören 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 och koncernredovisningen har upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och ger en rättvisande bild av bolagets och koncernens resultat och ställning i enlighet med god redovisningssed i Sverige. Förvaltningsberättelsen är förenlig med årsredovisningens och koncernredovisningens övriga delar.

Jag tillstyrker att bolagsstämman fastställer resultaträkningen och balansräkningen för moderbolaget och för koncernen, behandlar förlusten i moderbolaget enligt förslaget i förvaltningsberättelsen och beviljar styrelsens ledamöter och verkställande direktören ansvarsfrihet för räkenskapsåret.

Stockholm den 15 september 2005

Sten Olofsson
Auktoriserad revisor

Contact Center

Ett Contact Center är en förfinad och utvecklad form av Call Center som också är kanaloberoende, d v s man klarar av att hantera samtliga typer av kommunikationskanaler från samma center, t ex telefon, fax, e-mail, SMS, wap, co-browsing.

CRM

Customer Relationship Management. Ledning, styrning och hantering av kundrelationer där informationen systematiseras och lagras i en databas.

Direct Mail

Direktreklam som förmedlar budskap mellan sändare och mottagare. All direktreklam behöver inte vara direktmarknadsföring, d v s förenad med svarsmöjlighet.

Direktmarknadsföring

Marknadsföringsmetod som använder ett eller flera medier för att åstadkomma en mätbar reaktion eller transaktion.

Direktreklam

Reklam som direkt distribueras via postutdelning. Indelas i ADR (adresserad) och ODR (oadresserad).

Fulfilment

Alla åtgärder i samband med en Direktmarknadsföringskampanj; orderhantering, fakturering, utskick av det som beställts, återkoppling till kund- och marknadsregister etc.

Integrerad marknadsföring

Integrerad marknadsföring innebär att samtliga marknadsföringsaktiviteter samordnas mot samma mål. Denna form av marknadsföring är förutsättning för att alla skall säga samma sak, arbeta kostnadseffektivt och skapa maximala industriella fördelar.

Kundklubb

Se Lojalitetsprogram. En form av lojalitetsprogram där företag via incitament vill förmå kunden att identifiera sig vid köp. Informationen används sedan till att ge kunden belöningar så att denne skall handla mer och förbli kund över tiden.

Lojalitetsprogram

Verktyg där man via incitament till kunden får in information som systematiseras och lagras. Informationen lagras ofta i någon form av kunddatabas. Informationen används till att ge kunden olika värde tillbaka. En lönsam kund får fler förmåner än en kund med lågt värde. Målsättningen med lojalitetsprogrammet är att få kunden att i högra grad välja vårt varumärke samt att behålla kunden. En kundklubb är en slags lojalitetsprogram.

Multichannel Marketing

Multichannel Marketing innebär att samtliga marknadsföringsaktiviteter samordnas mot samma mål. Denna form av marknadsföring är förutsättning för att alla skall säga samma sak, arbeta kostnadseffektivt och skapa maximala industriella fördelar.

Riktad och Mätbar marknadsföring

Motsatsen till masskommunikation, en aktivitet som vänder sig till en person med ett personifierat budskap. Därefter är aktiviteten oftast mätbar i kronor och ören.

Huvudkontor

One Media Holding AB (publ)
Sveavägen 17
111 57 Stockholm

Vxl +46 8 410 174 50
Fax +46 8 410 174 51
www.onemedia.se
www.eyeflow.se

ONE Response AB

Box 110 62
161 11 Bromma

Besöksadress:
Ranhammarsvägen 21

Vxl +46 8 588 341 00
Fax +46 8 25 50 42
www.oneresponse.se

ONE Direct AB

Sveavägen 17
112 24 Stockholm

Vxl +46 8 410 174 50
Fax +46 8 410 174 51
www.onedirect.se

Talkingheads AB

Cypressgatan 1
621 58 Visby

Vxl +46 498 40 48 00
Fax +46 498 24 17 17
www.talkingheads.se

nxt Sthlm Direct Marketing AB

Maria Bangata 2
118 63 Stockholm

Vxl +46 692 06 20
Fax +46 692 06 26
www.nxtsthlm.se



ONE

2004-2005

ONE I KORTHET
VERKSTÄLLANDE DIREKTÖREN HAR ORDET
FINANSIELL UTVECKLING I SAMMANDRAG
OMVÄRLDSFÖRHÅLLANDEN
VERKSAMHETSBEKRIVNING
FRAMTIDSUTSIKTER

AKTIER OCH ÄGARFÖRHÅLLANDEN
KOMPLETTERANDE INFORMATION
STYRELSE, LEDANDE BEFATTNINGSHAVARE
OCH REVISORER
BOLAGSORDNING
RÄKENSKAPER
REVISORERNAS GRANSKNINGSBERÄTTELSE
ORDLISTA
ADRESSER