

ÅRSREDOVISNING
2001



Eniro i korthet

Eniro är en av Europas ledande aktörer inom området vägledande media – såväl offline i form av tryckta kataloger och CD-ROM, som online, till exempel via fast och mobilt internet, röstutlämning (nummerupplysning) och digital-TV. Eniro är representerat i 19 länder, publicerar över 850 titlar, såväl offline som online och driver de ledande söktjänsterna på internet i de nordiska länderna.

AFFÄRSIDÉ Eniros affärsidé är att underlätta handel genom att tillhandahålla vägledande information som sammanför köpare och säljare.

Tjänsterna riktar sig till både enskilda användare eller individer, "business-to-individual" (B2I) och till "business-to-business"-segmentet (B2B).

VISION Eniros vision är att vara ledande på området vägledande information i Europa genom att vara den informationsleverantör som företag och enskilda litar på och i första hand vänder sig till, när de vill köpa eller sälja produkter och tjänster.

MÅL Eniros övergripande mål är att bli marknadsledande i Europa genom att befästa och utveckla starka marknadspositioner där bolaget verkar. Eniro har en oberoende roll på marknaden och i de relationer som bolaget skapar mellan köpare och kunder. Som innovatör i branschen skall Eniro tillgodose användarnas och annonsörernas växlande behov genom att skapa nya kanaler och tjänster som underlättar handel. Eniros ambition är att öka den volym av handel som sker på koncernens marknadsplatser och strävar efter en högre andel av det värde som därigenom skapas.

VD-ORD	4–5	REGION ÖSTEUROPA	25
AKTIEN	6–7	FÖRVALTNINGSBERÄTTELSE	26
NYCKELTAL FEM ÅR I SAMMANDRAG	8	KONCERNENS RESULTATRÄKNING	29
HISTORIK	9	KONCERNENS BALANSRÄKNING	30
VÄGLEDANDE MEDIA	10	KONCERNENS KASSAFLÖDESANALYS	31
ENIROS PRODUKTER OCH TJÄNSTER	11	MODERBOLAGETS RESULTATRÄKNING	32
TILLVÄXTFAKTORER OCH MÅL	12	MODERBOLAGETS BALANSRÄKNING	33
PRIORITERINGAR INFÖR 2002	13	MODERBOLAGETS KASSAFLÖDESANALYS	34
ORGANISATION & MEDARBETARE	14	REDOVISNINGS- OCH VÄRDERINGSPRINCIPER	35–36
STRUKTURKAPITALET	15	NOTER	37–42
VARUMÄRKEN	16	REVISIONSBERÄTTELSE	43
MILJÖ	17	STYRELSE	44
REGION SVERIGE	18–19	KONCERNLEDNING OCH OPERATIV LEDNING	45
REGION NORDEN	20–21	BOLAGSSTÄMMA OCH RAPPORTTILLFÄLLEN	46
REGION CENTRALEUROPA	22–24	ADRESSER	47

Året i korthet

TILLVÄXT OCH MARGINALFÖRSTÄRKNINGAR

- Intäkterna ökade med 50 procent till 4 519 MSEK (3 004)
- Online-intäkterna ökade med 109 procent och utgör nu 20 procent av de totala intäkterna
- Rörelseresultatet före avskrivningar, EBITDA, ökade med 29 procent till 1 150 MSEK (891)
- Förstärkning av EBITDA-marginalen i Sverige från 40 till 44 procent

HÖG LIKVIDITET I AKTIEN I januari 2001 noterades Eniro på Stockholmsbörsens Attract 40-lista.

Från och med juli 2001 ingår Eniro-aktien i Stockholmsbörsens OMX-index.

I april lade det italienska katalogföretaget SEAT Pagine Gialle S.P.A. ett offentligt bud på Eniro AB. Budet drogs senare tillbaka, då man inte lyckades erhålla önskade 50,1 procent av aktiekapitalet.

Under 2001 avyttrade Telia hela sitt aktieinnehav i Eniro, vilket vid årets ingång motsvarade 49 procent av det totala antalet aktier.

Aktiens omsättningshastighet ökade till 2,53 gånger (1,57).

FORTSATT STARK EXPANSION Eniro förvärvade i januari Windhager Mediengruppe, ett av Tysklands ledande katalogföretag med säte i Baden-Württemberg.

I februari förvärvades 75 procent av "Svar om Stockholm", en telefon- och internetbaserad upplysningstjänst för privatpersoner och företag, och i december förvärvades de återstående 25 procenten. Denna tjänst marknadsförs under namnet 118 767.

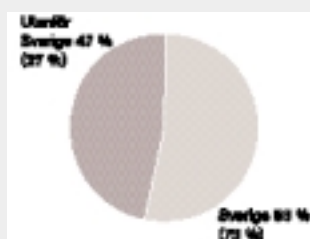
I april förvärvades de återstående aktierna i AS Teabeliin, en ledande röstportal i Estland.

I maj slutfördes förvärvet av Panorama Polska, Polens största katalogföretag.

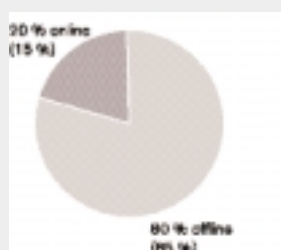
I november förvärvades Elisa Communications katalogverksamhet Direktia, en av Finlands ledande katalogverksamheter.

I november lade Eniro ett offentligt bud på Scandinavia Online, Skandinavien ledande internetportal med verksamhet i Norge, Finland, Danmark och Sverige. Ägare till 99,2 procent av aktierna hade godtagit budet i januari 2002 och tvångsinlösen avseende återstående aktier har inletts.

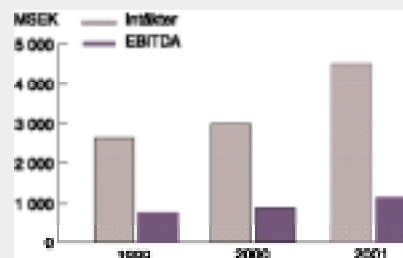
ÖKANDE INTERNATIONELL VERKSAMHET



STIGANDE INTÄKTER ONLINE



INTÄKTER/EBITDA



VD-ord: Det handlar om förflyttning



ANVÄNDNINGEN I FOKUS Skulle jag beskriva Eniro i ett ord, skulle det vara ordet *förflyttning*. Varför?

Vår affärsidé är att underlätta handel genom att tillhandahålla vägledande information som sammanför köpare och säljare när det finns ett köpbehov. För att kunna ta fram än mer effektiva marknadsplatser, måste vi ständigt ligga i framkant när det gäller utvecklingen av våra produkter och tjänster. På samma sätt måste vi följa, förstå – och kanske skapa – nya

användarbeteenden. Målet är att ständigt förbättra möjligheterna för våra annonsörer att synas när våra användare vill köpa en vara eller en tjänst.

ETT ALLT MER INTERNATIONELLT FÖRETAG Eniro har under de senaste åren genomfört avsevärda förflyttningar; i oktober 2000 var bolaget ett helägt dotterbolag till Telia och tre fjärdedelar av verksamheten bedrevs i Sverige. Nu bedriver vi verksamhet i 19 länder och cirka hälften av våra intäkter kommer från den internationella verksamheten.

Vi har också förflyttat oss när det gäller mediekanalet; 1997 härrörde cirka 1 procent av intäkterna från online-verksamhet, nu kommer cirka 20 procent från denna distributionsform.

FRÅN KATALOG TILL MARKNADSPLATS Men den kanske viktigaste förflyttningen ligger i synen på vår roll. Vi har vunnit framgång i att visa att vår affär inte handlar om att ge ut kataloger, utan om att skapa en marknadsplats, där vi underlättar handel. Genom den insikten kan vi med större framgång visa våra annonsörer hur vi är en viktig del i deras marknadsbearbetning – och vi kan sträva efter att prissätta våra tjänster efter det värde som vi skapar.

Förflyttning har också varit ledordet vid de förvärv som vi genomfört under 2001. Eniro strävar efter att vara marknadsledande genom att vara rankad som etta eller stark tvåa på samtliga marknader där vi är aktiva. Vi prioriterar att snabbt integrera de förvärvade verksamheterna och att förflytta kraften från administration till försäljning i dessa bolag. Detta har vi med framgång genomfört i bland annat Finland, Polen och Tyskland.

BYGGA ANVÄNDANDE FÖR FRAMTIDA INTÄKTER Eniros framgångar mäts och avgörs på grundval både av vad bolaget presterar idag och vad det kommer att kunna uppnå imorgon. Vår uppgift är en ständig balansgång mellan förbättrad lönsamhet på kort sikt och stärkt marknadsposition och tillväxt på längre sikt.

Nyckeln till vår framgång är användning: bara genom att skapa och befästa en stark användarposition kan vi utveckla våra produkter och tjänster. Så kan vi också få våra annonsörer att inse det värde som vi skapar genom att knyta samman köpare med säljare.

I Sverige sker det enbart i tryckta kataloger över en miljard sökningar per år hos oss, och här utvecklar vi nu nya tjänster för nya användarsituationer. På andra marknader får vi bygga användningen, ibland från noll. Ett bra exempel är Köpenhamn, där vi under tre år och med betydande investeringar byggt en helt ny produkt. Under 2001 gavs den andra utgåvan av Kontakt ut som har fått en stark position, både i form av användning och nu även i form av intäkter.

Ett annat exempel på såväl *förflyttning* som *användning i fokus* är vårt förvärv av Scandinavia Online. Genom att integrera SOLs tjänster med vårt existerande produktutbud, har vi ökat trafiken med mellan 5 och 10 gånger. Eniro driver nu Nordens ledande sökmotorer och har en mycket stark position på internetannonsmarknaden, med cirka 60 procents marknadsandel i Sverige. Integrationen av tjänsteutbudet har redan genomförts, så att till exempel "gul information" nu har en tydlig plats i sökresultatet i de breda sökmotorerna.

2001 – EN BALANSERAD PORTFÖLJ 2001 var ett år då marknadsförutsättningarna inte var de bästa. Trots detta redovisade Eniro 50 procent högre intäkter och ett rörelseresultat före avskrivningar om 1 150 MSEK, en ökning med 29 procent. Hur gick det till?

2001 års resultat är en tydlig konsekvens av vår medvetna satsning på att förflytta verksamheter. I Sverige började vi ställa om organisationen 1999, och skapade ett mycket tydligt fokus på försäljning. Vi har successivt arbetat för att sänka kostnaderna. Vi har målmedvetet arbetat med att utveckla vårt online-erbjudande. Vi har ökat förståelsen för det värde som skapas när vi förmedlar eller underlättar handel – och därmed kunnat ta betalt för våra tjänster. Nu ger allt detta arbete resultat i både volymtillväxt och klart förbättrad lönsamhet. Det är detta arbetssätt som vi arbetar med i alla

våra länder – men med olika tid från insats till resultat.

Vi strävar efter att skapa en välbalanserad portfölj av satsningar. Ett antal verksamheter, framför allt Sverige, men under den närmaste tiden även Norden i övrigt, står för mycket stabila intäkter och hög lönsamhet. Andra är i slutfasen av vårt förändringsarbete och förväntas ge utdelning i ett kortare eller något längre perspektiv.

Eniros mest resurskrävande satsning är den i Tyskland. Här etablerar vi en utmanarposition till marknadsledaren DeTeMedien och dess nätverk. Vi möter dem med en ny, konkurrenskraftig produkt och med stort fokus på att skapa en användarposition som kompletteras med en stark försäljning i enlighet med vår framgångsrika modell.

Tyskland är Europas största reklammarknad, samtidigt som segmentet vägledande media relativt sett är outvecklat. Som exempel kan nämnas att katalogreklam per capita är 40 procent lägre än vad den är i Sverige och att online-marknaden är ungefär lika stor i absoluta tal som den svenska.

UTSIKTER OCH ÅTGÄRDER 2002 Eniros bedömning är att försäljningen under 2002 kommer att uppvisa fortsatt tillväxt, dock mot bakgrund av den svaga ekonomin med en lägre tillväxttakt än under föregående år.

Under året kommer Eniro att fortsätta arbetet med att stärka koncernens position i Europa, genom att integrera och vidareutveckla nyligen förvärvade företag enligt den beprövade affärsmodellen, utöka utbudet av tjänster inom B2I och B2B, och befästa och förstärka vårt fokus på användarna av våra tjänster.

Lars Guldstrand
VD och koncernchef

Aktien: Ökad likviditet

BÖRSHANDEL Eniro (ENRO) är noterat på Stockholmsbörsen sedan den 10 oktober 2000. Sedan den 1 januari 2001 är aktien noterad på Attract 40-listan. Från den 2 juli 2001 ingår aktien i Stockholmsbörsens OMX-index med vikten 0,87 procent. Inklusiv emissioner under år 2001 omsattes 408,6 miljoner aktier, vilket motsvarar en omsättningshastighet på 2,53 gånger (1,57). En noteringspost är 100 aktier.

KURSUTVECKLING Den högsta slutkursen under 2001 var 124 SEK och den lägsta 61 SEK. Beräknat på slutkursen den sista handelsdagen 2001, 75 SEK, hade Eniro ett börsvärde på 13 214 MSEK. Jämfört med slutkursen 2000, 95 SEK, har aktiekursen minskat med 21 procent. OMX-index har under motsvarande period sjunkit med 20 procent.

AKTIEKAPITAL Aktiekapitalet uppgick per den 31 december 2001 till 176 MSEK fördelat på 176 180 952 aktier. Nominellt värde per aktie är 1 SEK och varje aktie ger rätt till en röst.

AKTIEÄGARE Vid årets slut uppgick antalet aktieägare till 5 732 (1 446), en ökning med 4 286 ägare eller 296 procent jämfört med situationen vid utgången av 2000. Vid ingången av år 2001 ägde Telia cirka 49,1 procent av aktiekapitalet i Eniro.

Telia minskade sitt ägande vid två tillfällen under året genom anbudsförfaranden riktade främst till svenska och internationella institutionella ägare. Den första försäljningen skedde i juli, då Telia placerade knappt halva sitt innehav, motsvarande cirka 23,6 procent av aktiekapitalet, i Eniro. I november avyttrade Telia hela sitt återstående innehav, motsvarande 25,5 procent. Samtidigt avyttrade Elisa Communications de aktier, motsvarande 7 procent av aktierna i Eniro, som erhållits som likvid vid förvärvet av Direktia. Sammanlagt omfattade denna placering 30,7 procent av aktierna i Eniro. Per den 31 december 2001 svarade de tio största ägarna för 39 procent av antalet aktier och röster (per den 31 december 2000 var motsvarande andel 27 procent, Telia borträknat). Andelen institutionella ägare uppgick den 31 december 2001 till cirka 98 procent (95). Andelen utländska ägare uppgick vid samma tillfälle till cirka 56 procent.

UTDELNINGSPOLITIK I samband med Eniros börsintroduktion uttalade Eniros styrelse att bolagets utdelning i genomsnitt över tiden bör motsvara cirka 30 procent av årsresultatet. Detta förutsätter bland annat att bolaget inte bedöms behöva dessa likvida medel för exempelvis företagsförvärv. För verksamhetsåret 2001 föreslår styrelsen en utdelning om 70 öre per aktie (65 öre).

AKTIEN



AKTIEKAPITALET UTVECKLING

Datum	Transaktion	Förändring av aktiekapitalet	Aktiekapital kronor	Antal aktier	Nominellt belopp, kronor
30 mars 2000	Eniro bildas	100 000	100 000	1 000	100
13 september 2000	Split 100:1	0	100 000	100 000	1
13 september 2000	Nyemission ¹⁾	149 900 000	150 000 000	150 000 000	1
21 februari 2001	Nyemission ²⁾	5 725 287	155 725 287	155 725 287	1
1 juni 2001	Nyemission ³⁾	8 197 400	163 922 687	163 922 687	1
26 november 2001	Nyemission ⁴⁾	12 258 265	176 180 952	176 180 952	1

¹⁾Riktad emission till Telia Cable Holding BV. Teckningskurs 1,21 kronor per aktie.

²⁾Riktad emission till SBC Ameritech. Teckningskurs 93,42 kronor per aktie.

³⁾Riktad emission till Telia AB. Teckningskurs 116,40 kronor per aktie.

⁴⁾Riktad emission till Elisa Communications OY. Teckningskurs 76,15 kronor per aktie.

ANALYTIKERBEVAKNING

ABG Sundal Collier
Alfred Berg – Henrik Fröjd och Peter Lindmark
CAI Cheuvreux – Karl-Johan Bonnevier
Carnegie – Peter Dahlander
Cazenove – Gorm Thomasson
Deutsche Bank – Craig Watson
Enskilda Securities – Nicklas Fhärm
Handelsbanken Securities – Rasmus Engberg
HSBC – Henrik Persson
Hagströmer & Qviberg – Sven Sköld
Merrill Lynch – Lachlan Parker och Paul Sullivan
Morgan Stanley – Javier Marin
Nordea Securities – Stefan Brännlund
Redeye – Daniel Lindkvist och Stefan Nelson
Remium Securities – Mattias Svensson
Swedbank – Patrik Nygård
UBS Warburg – Per Afrell
Öhman Fondkommission – Patrik Egnell

TECKNINGSOPTIONER Under 2000 utfärdades teckningsoptioner riktade till samtliga anställda i koncernen med en löptid fram till och med den 21 februari 2004 med en teckningskurs på 133 SEK, se vidare not 16. Vid fullt utnyttjande skulle antalet aktier öka med 1,5 miljoner stycken, vilket motsvarar en utspädning om knappt 0,9 procent.

AKTIEÄGARSTATISTIK PER DEN 31 DEC. 2001

Aktieinnehav	Antal aktieägare	Procent	Antal aktier
1 – 500	2 632	45,9	629 530
501– 1000	1 111	19,4	966 134
1001–10 000	1 394	24,3	4 853 805
10 001– 50 000	304	5,3	7 247 279
50 001–100 000	92	1,6	6 791 748
100 001– 500 000	137	2,4	31 961 993
500 001– 1 000 000	28	0,5	21 032 642
1 000 001– 5 000 000	30	0,5	59 727 147
5 000 001 –	6	0,1	42 970 674
Summa	5 732	100	176 180 952

Källa: SIS Aktieägarservice

STÖRSTA AKTIEÄGARE PER DEN 31 DEC. 2001

Aktieägare	Antal aktier	% av aktiekapital
Chase Manhattan	10 333 378	5,9
Nordea Fonder	9 140 200	5,2
Morgan Stanley & Co. Intl. Ltd.	7 483 946	4,2
Robur Fonder	7 300 400	4,1
Goldman Sachs Intl. Ltd.	6 723 574	3,8
Bankers Trust Company U.S.	6 470 807	3,7
Euroclear Operations Centre	6 347 520	3,6
Morgan Stanley & Co Inc. W9	5 611 449	3,2
State Street Bank And Trust Co.	4 836 872	2,7
SHB Fonder	4 803 232	2,7
Totalt	69 051 378	39,1

Källa: SIS Aktieägarservice

Nyckeltal: 5 år i sammandrag

MSEK	2001	2000 ¹⁾	1999 ¹⁾	1998 ¹⁾	1997 ¹⁾
Resultaträkning					
Rörelseintäkter	4 519	3 004	2 649	2 210	2 078
Rörelseintäkter, ökning %	50	13	20	6	8
Online-intäkter	925	442	209	54	18
Online-intäkter, ökning %	109	111	287	200	
Online-intäkter, andel %	20	15	8	2	1
Rörelseresultat före avskrivningar (EBITDA)	1 150	891	769	602	499
Rörelsemarginal före avskrivningar (EBITDA-marginal), %	25	30	29	27	24
Rörelseresultat före avskrivningar av goodwill (EBITA)	1 065	865	745	571	463
Rörelsemarginal före avskrivningar av goodwill (EBITA-marginal), %	24	29	28	26	22
Årets resultat	453	489	402		
Cash Earnings	828	642	554		
Räntetäckningsgrad rörelseresultat, ggr	7,1	15,2			
Balansräkning					
Nettoskuld, räntebärande; periodens slut	1 960	969			
Eget kapital, genomsnitt 12 månader	3 464	1 492			
Nettoskuld räntebärande/EBITDA, ggr	1,7	1,1			
Avkastning på eget kapital, %	13	33			
Skuldsättningsgrad, ggr	0,39	0,40			
Soliditet, %	54	50			
Andra nyckeltal					
Medelantalet heltidsanställda	3 606	2 142			
Antalet heltidsanställda vid periodens slut	4 151	2 381	1 820	1 668	1 510
Nyckeltal per aktie					
Rörelseintäkter per aktie, kr	27,95	20,03			
Cash Earnings per aktie, kr	5,12	4,28			
Cash Earnings per aktie, ökning %	20				
Eget kapital per aktie, kr	28,25	15,98			
Vinst per aktie, kr	2,80	3,26			
Börskurs vid periodens slut, kr	75,0	95,0			
Antal utestående aktier vid periodens slut ('000) ²⁾	176 181	150 000			
Genomsnittligt antal aktier för perioden ('000)	161 665	150 000			

¹⁾ Proforma

²⁾ Därutöver föreligger teckningsoptioner om 1 500 aktier ('000)

Definitioner

EBITDA Rörelseresultat före avskrivningar.

EBITDA marginal Rörelseresultat före avskrivningar uttryckt i procent av rörelseintäkterna.

EBITA Rörelseresultat före avskrivningar av goodwill.

EBITA marginal Rörelseresultat före avskrivningar av goodwill uttryckt i procent av rörelseintäkterna.

EBIT Rörelseresultat efter avskrivningar.

Cash Earnings Årets resultat med återlagda avskrivningar.

Räntetäckningsgrad rörelseresultat Rörelseresultat före avskrivningar (EBITDA) plus finansiella intäkter i förhållande till finansiella kostnader.

Nettoskuld, räntebärande Räntebärande skulder inklusive räntebärande avsättningar med avdrag för räntebärande tillgångar.

Eget kapital, genomsnitt Genomsnittligt eget kapital är beräknat på genomsnittligt eget kapital per kvartal som i sin tur beräknats från ingående och utgående balans per kvartal.

Nettoskuld, räntebärande/EBITDA Räntebärande nettoskuld i förhållande till rörelseresultat före avskrivningar.

Avkastning på eget kapital Årets resultat i procent av genomsnittligt eget kapital.

Skuldsättningsgrad Räntebärande nettoskuld i förhållande till eget kapital.

Soliditet Eget kapital i procent av balansomslutningen.

Rörelseintäkter per aktie Rörelseintäkter dividerat med genomsnittligt antal aktier för perioden.

Cash Earnings per aktie Cash Earnings dividerat med genomsnittligt antal aktier för perioden.

Vinst per aktie Årets resultat dividerat med genomsnittligt antal aktier för perioden.

Genomsnittligt antal aktier för perioden Genomsnittligt antal aktier för perioden är beräknat på genomsnittligt antal aktier per kvartal som i sin tur beräknats från ingående och utgående balans för antalet utestående aktier per kvartal.

Eget kapital per aktie Eget kapital per aktie dividerat med antalet utestående aktier vid periodens slut.

Proforma Den historiska finansiella informationen har anpassats till den struktur som gällde i samband med börsintroduktionen 10 oktober 2000.

Historik

- 1889** • Kungliga Telegrafverket, senare Televerket och numera Telia, publicerar de första telefonkatalogerna.
- 1978** • Televerket lanserar tillsammans med det amerikanska konglomeratet ITT den första utgåvan av Gula Sidorna.
- 1984** • Televerket utövar sin option att förvärva ITTs verksamheter inom Gula Sidorna i Sverige.
- 1986** • Televerket expanderar sin katalogverksamhet och förvärvar det oberoende katalogföretaget Din Del som publicerar lokala kataloger i Sverige, Finland och Frankrike.
- Föregångarna till Emfas (Företagskatalogen) etableras.
- 1991** • Televerket bildar en separat katalogenhet där all katalogverksamhet samlas.
- 1992** • Introduktion av kataloger i Estland och Lettland.
- 1993** • Introduktion av kataloger i Ryssland, Litauen och Vitryssland.
- 1994** • Introduktion av kataloger i Nederländerna och USA.
- 1996** • Den första online-versionen av Gula Sidorna, gulasidorna.se, lanseras.
- Förvärv av Herold Business Data i Österrike.
- Förvärv av Mostrups Forlag och Lokalbogsforlaget i Danmark.
- 1997** • Introduktion av kataloger i Ukraina.
- Telia beslutar att koncentrera katalogverksamheterna till Norden och Östersjöområdena. Som en följd avyttras verksamheterna i USA och Österrike.

- 1998** • 49 procent av Panorama Polska förvärvas tillsammans med GTE/Verzion som äger resterande 51 procent.
- Namnbyte av Företagskatalogen till Emfas, som samtidigt introduceras online, emfas.com.
- All katalogrelaterad verksamhet inom Telia InfoMedia samlas operativt under Telia InfoMedia Reklam.
- Omstruktureringsprojektet Strategiskt Initiativ 1998/2000 startar med fokus på försäljnings- och marknadsfrågor samt internet och nya mediekkanaler.
- 1999** • Kraftsamling kring strukturering av den svenska verksamheten och online-tjänster.
- Verksamheten i Nederländerna avyttras.
- Den första online-versionen av Din Del, dindel.se, lanseras.
- 2000** • Eniro AB bildas och förvärvar Telias katalogverksamheter.
- Bolaget noteras på Stockholmsbörsens O-lista den 10 oktober.
- Eniro blir, i samarbete med Ericsson och Telia, den första leverantören av vägledande medier i världen som erbjuder MPS (mobila positioneringstjänster) och levererar information anpassad till användaren i förhållande till var denne befinner sig.
- Yellow Pages Moscow i Ryssland förvärvas.
- Det tyska B2B-företaget Wer Liefert Was? förvärvas. Avtal tecknas om att förvärva det tyska B2C-företaget Windhager Mediengruppe, ett företag inom lokal och regional information.
- Köpenhamnskatalogen Kontakt lanseras.
- Eniro blir Sveriges största internetreklamaktör.
- Samtliga anställda, där så är praktiskt och legalt möjligt, erbjuds att delta i ett optionsprogram.



Vägledande media: En unik marknad där köpare söker säljare

Till skillnad från traditionell reklam, där säljare annonserar för att nå köpare, är vägledande media en kanal där köpare tar initiativet för att nå säljare.

ATT VÄGLEDA TILL KÖP Vid användandet av vägledande media tar användaren själv initiativet till att söka information till skillnad från övrig reklam och annonsering, där det är säljaren som söker nå den tilltänkte köparen med sina budskap. Marknaden för vägledande media utmärks av en bred bas av användare och annonsörer samt hög och stabil lönsamhet.

ATT STÅ EMOT I EN SVAGARE EKONOMI Vägledande medias position på annonsmarknaden gör den mindre känslig för konjunkturförändringar än traditionell media, vilket kan förklaras av att denna form av annonsering ligger närmare en köptransaktion än allmänt varubyggande reklam och därför är mycket viktig för framför allt små och medelstora företag. Kostnaden för en katalogannons är dessutom förhållandevis liten i absoluta termer.

Det gångna året kännetecknades av svag ekonomi, med lägre tillväxttakt och till följd av detta minskande reklammarknader i allmänhet i Europa. Trots detta har marknaden för vägledande media visat tillväxt på samtliga de marknader där Eniro verkar, med undantag för Tyskland, där vägledande media fallit med 1–2 procent jämfört med år 2000.

TEKNIK FÖR BÄTTRE KUNDANPASSNING Den tekniska utvecklingen och den ökade användningen av internet och mobila tjänster ger förutsättningar för nya och mer kundanpassade tjänster. Om en köpare exempelvis använder en mobiltelefon för att få information om restauranger, kan Eniro erbjuda en förteckning över de restauranger som ligger närmast i förhållande till den plats där personen befinner sig. Med ny teknik och förändrade användarbeteenden och köpvanor räknar Eniro med allt bättre kundanpassning av innehåll och tillhandahållandet av information.

Eniro vill stå i främsta ledet när det gäller utveckling av nya kundanpassade tillämpningar av modern teknik och därmed stärka sin ställning som värdeskapande leverantör.

VÄGLEDANDE MEDIA KAN UPPNÅ EN MER FRAMSKJUTEN POSITION Tack vare online-tekniken har den roll som vägledande media kan spela när det gäller att knyta samman köpare och säljare blivit tydligare. Annonsörerna kan i större utsträckning mäta antalet transaktioner och den försäljningsvolym som en annons i ett vägledande media genererar.

STARK KONKURRENS OCH FORTSATT KONSOLIDERING I EUROPA När det gäller konkurrensförhållandena i Europa råder generellt förhållandet att bara en eller två aktörer har en ledande eller betydande ställning på respektive marknad. Under 2001 fortsatte konsolideringen i branschen, och Eniro var en av de mest aktiva aktörerna i Europa. Sedan Eniros tillkomst har koncernen genomfört åtta förvärv. Konsolideringen av branschen kommer att fortsätta under 2002.

Företag som erbjuder katalogtjänster både online och offline vinner marknadsandelar både vad gäller användning och annonsintäkter. Även mer allmänt orienterade portaler som har sökmotorer med hög användningsfrekvens har breddat sin verksamhet till att omfatta vägledande tjänster för att befrämja handeln för sina annonsörer. Som exempel kan nämnas att 30 procent av Scandinavia Onlines intäkter under 2001 härrörde från icke banner-relaterade annonsintäkter.

Eniros produkter och tjänster

Region	Verksamhet	Produktportfölj	Exempel på produkter och tjänster
Sverige	Eniro Sverige AB	Kataloger Internettjänster Telefonitjänster Digital-TV Mobiltjänster	Gula Sidorna, Emfas.com, DinDel www.gulasidorna.se, www.emfas.com, www.passagen.se, www.evreka.se 118 767 Gula Sidorna Gula Sidorna
Norden Danmark	Eniro Danmark A/S	Kataloger Internettjänst Telefonitjänster Mobiltjänster	Kontakt, Mostrup www.kontakt.dk, www.sol.dk, www.mostrup.dk, www.kvasir.dk Contact Svar 80 333 666 sms.sol.dk
Finland	Oy Eniro Finland AB Oy Eniro DS AB	Kataloger Internettjänst Mobiltjänster Kataloger Telefonitjänster	Yritystele, Kaupunki-info www.yritystele.fi, www.suomi24.fi, www.evreka.fi sms.haku Keltaiset Sivut Helsinki 0100100, 118
Norge	SOL A/S	Internettjänster Mobiltjänster	www.sol.no, www.kvasir.no sms.sol.no
Centraleuropa Tyskland	Wer Liefert Was? GmbH Eniro Windhager Mediengruppe GmbH	Internettjänster Katalog Internettjänster	CD-book, www.wlw.de Eniro www.eniro.de
Polen	Eniro Polska S.p.z.o.o* Panorama Polska	Kataloger Internettjänst	Panorama Firm www.pf.pl
Östeuropa Ryssland	Eniro Moskva Eniro S:t Petersburg	Kataloger Internettjänster Kataloger	Yellow Pages www.yellowpages.ru Navigator Kontakt!
Ukraina	Eniro Ukraina	Kataloger Telefonitjänster	Kniga Mista Eniroline 4909888
Vitryssland	JV Eniro Belfakta	Kataloger Internettjänster Telefonitjänster	Business Belarus, Kontakt! www.btb.by 085 Infoline
Estland	Eniro Eesti AS AS Teabeliin	Kataloger Internettjänster Telefonitjänster	Ärikataloog, Kontakt! www.arikataloog.ee, www.kontakt.ee 1188 infoabi
Lettland	Eniro Latvija SIA	Kataloger Internettjänster Telefonitjänster	Visa Latvia, Kontakt! www.visalatvija.lv, www.kontakti.lv Infoline 7 222222
Litauen	Eniro Lietuva UAB Eniro InfoMedija UAB	Kataloger Internettjänster Telefonitjänster	Visa Lietuva, Kontaktas! www.visalietuva.lt 1588

*Panorama Polska har beslutat om namnändring till Eniro Polska Sp.z.o.o och ansökt om registrering därav.

Eniro AB (publ) eller annat bolag inom Eniro-koncernen innehar ensamrätten till Eniro® och övriga varumärken som används i Enirokoncernens verksamhet och som nämns i denna årsredovisning.

Tillväxtfaktorer och mål

På tillväxtmarknaden vägledande media strävar Eniro efter att bli ledande i Europa genom tydliga mål och en beprövad affärsmodell.

Eniro erbjuder vägledande information som sammanför köpare och säljare och underlättar handel. Eniro distribuerar informationen genom ett antal mediekanalet, såsom tryckta kataloger, fast och mobilt internet, rösttelefoni, CD-ROM och digital-TV. Genom att anpassa informationen till den aktuella kanalen – och framför allt till användarsituationen – skall Eniros produkter och tjänster ständigt vara tillgängliga för användarna.

Eniro erbjuder tjänster såväl till enskilda användare eller individer, "business-to-individual" (B2I) som till företag "business-to-business" (B2B). Eniro använder beteckningen B2I för att markera att flertalet individuella användare nyttjar Eniros tjänster både i sin yrkesutövning och privat.

Eniro har vuxit snabbt under de senaste åren genom att aktivt deltaga i den förändringsprocess som pågår inom främst katalogbranschen i Europa. Viktiga trender har varit en fortsatt avreglering av telekomindustrin, tillkomsten av nya online-aktörer och ett ökat intresse för sektorn från kapitalmarknadens sida.

TILLVÄXTFAKTORER Det finns en betydande tillväxtpotential inom vägledande media, och Eniro har identifierat följande viktiga tillväxtfaktorer:

Underliggande tillväxt En outnyttjad marknadspotential i kombination med en långsiktig BNP-tillväxt i Europa ger en underliggande marknadstillväxt.

Expansion offline och online Både offline- och online-segmenten inom vägledande media fortsätter att öka med en högre tillväxttakt när det gäller online-segmentet. Eniro kommer att driva på denna utveckling och strävar efter såväl ökade intäkter som högre marginaler i båda segmenten.

Att använda en framgångsrik affärsmodell på nya marknader Eniros affärsmodell har visat sig vara framgångsrik på ett flertal marknader. Därför kommer Eniro även i fortsättningen att eftersträva internationell expansion på nya tillväxtmarknader.

ÖVERGRIPANDE MÅL Eniro har formulerat följande övergripande mål för att bli ledande på den europeiska marknaden för vägledande media:

Stärkt position på befintliga marknader Eniro ska utnyttja sina styrkefaktorer och använda sin kompetens, för många och erfarenhet när det gäller varumärken, försäljning och prissättning för att vidga användarkretsen och påskynda marknadens fortsatta utveckling.

Ökad online-närvaro Eniro skall bredda sig genom att utnyttja nya mediekanalet och skapa värdetillväxt genom ökad affärsvolym.

Ökad internationell närvaro Eniro skall sträva mot nya geografiska marknader i Europa, där en stark marknadspostion snabbt kan uppnås och beprövade affärskoncept utnyttjas.



Prioriteringar inför 2002

Eniro har definierat prioriterade initiativ för att befästa och stärka sin ställning som det främsta vägledande medieföretaget i norra Europa.

INTEGRATION Eniro kommer under 2002 att integrera och vidareutveckla förvärvade enheter.

Sedan börsintroduktionen 2000 har Eniro växt snabbt och är i dag det fjärde största vägledande medieföretaget i Europa. Under 2001 slutfördes sex förvärv, och för att maximera värdet prioriteras snabb integration i enlighet med Eniros beprövade affärsmodell.

Utöver allmänna riktlinjer för ledning och administration omfattar integrationsarbetet metoder för att utvärdera marknadsposition, mäta försäljningseffektivitet och optimera produktutbudet och framför allt kundsegmentering och prisstrategi. Att integrera ett företag i Enirogruppen och samordna produktutbud, försäljnings- och prissättningskoncept är ett projekt som löper över flera år och som innefattar en rad olika marknadsåtgärder. Erfarenheter från flera marknader har visat att dessa åtgärder kan leda till att ett företags lönsamhet tillfälligt sjunker, för att på medellång sikt öka såväl verksamhetens tillväxt som lönsamhet.

ONLINE-ÅTGÄRDER Inom online är Eniro verksamt med produkter riktade mot såväl segmentet B2I (business-to-individual), som B2B (business-to-business).

Under de senaste fem åren har Eniro byggt upp en stark online-position och under 2001 svarade online-intäkterna för 925 MSEK (442) eller 20 procent (15) av koncernens totala intäkter. Förvärvet av Scandinavia Online (SOL) kommer att ytterligare stärka Eniros nordiska online-position med höga användartal och starka marknadspositioner när det gäller söktjänster.

Genom förvärvet 2000 av Wer liefert was? (WLW) i Tyskland har Eniro etablerat en stabil bas för att kraftfullt kunna bygga ut B2B-tjänster online i Europa. WLW är ledande i Tyskland, Schweiz, Österrike, Kroatien, Tjeckien och Slovenien och dess databas innehåller sökbar information om över 350 000 företag i 13 länder i Europa. Med WLW-konceptet som plattform utvecklar Eniro nu ett paneuropeiskt B2B-erbjudande.

Organisation och medarbetare

Att integrera och effektivisera verksamheten och samtidigt förstärka företagskulturen är prioriterade åtgärder.

FÖRVÄRV OCH KONSOLIDERING Eniros organisation har utvidgats avsevärt genom förvärven som genomfördes under 2001. Dessa företag håller med framgång på att integreras i koncernen.

Det polska företaget Panorama Polska och de tyska företagen WLW och Windhager är nu konsoliderade i gruppen. I november förvärvades Elisa Communications katalogverksamhet Direktia i Finland. Integrationen av Direktias verksamhet och Eniros befintliga verksamhet samt SOL i Finland har inletts.

I Sverige har kundservice, marknadsföring och affärsutveckling för de tre produkterna Gula Sidorna, DinDel och Emfas slagits samman i Eniro Sverige AB.

Eniros nyckelfunktioner centraliseras för att undvika dubbleringar, uppmuntra bästa praxis och spara kostnader. I synnerhet funktioner som hör till produktionsprocessen, till exempel pappersinköp och trycksaksproduktion, hanteras centralt. I samband med integrationen av SOL har koncernen skapat en gemensam drift- och utvecklingsorganisation för online-verksamheten, inledningsvis för den nordiska verksamheten.

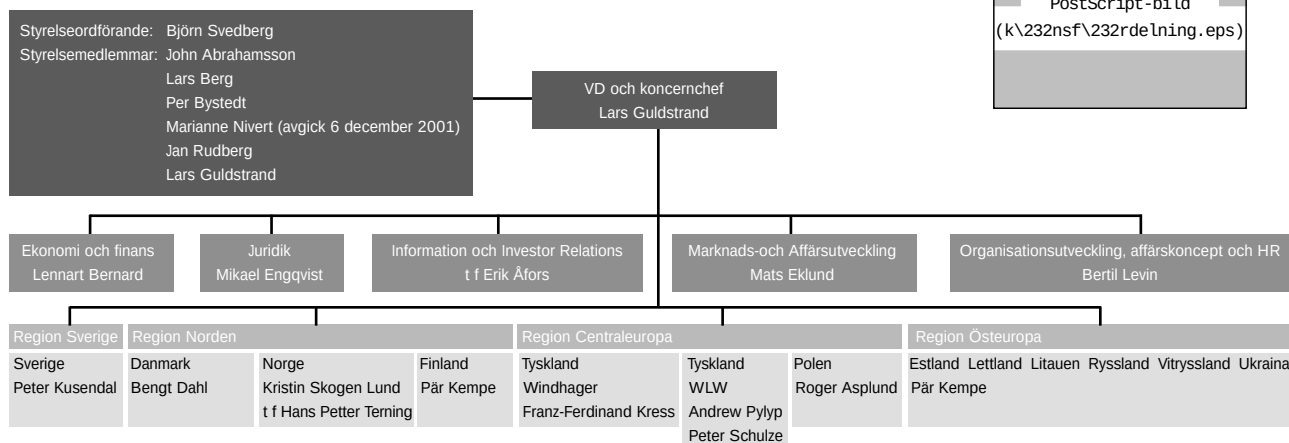
FÖRETAGSKULTUR Eniros företagskultur har alltid varit en framgångsfaktor för bolaget. Bolagets värderingar kan lätt omfattas av såväl medarbetare som affärspartners. Eniro är

ett medieföretag med personlig prägel, vars medarbetare gärna vill utforska och utveckla nya sätt att sammanföra köpare och säljare och som alltid sätter användaren i centrum. Eniro fungerar som ett internationellt nätverk av lokala experter. Som en följd av sin snabba geografiska expansion lägger Eniro stor vikt vid att företagets grundläggande värderingar får genomslag i hela gruppen.

ANTAL ANSTÄLLDA I RESPEKTIVE LAND

Medelantalet heltidsanställda	2001		Proforma 2000	
	Totalt	Andel män %	Totalt	Andel män %
Sverige	634	46	553	60
Danmark	334	60	312	42
Finland	297	36	239	35
Tyskland	378	58	-	-
Polen	733	41	-	-
Estland	195	19	175	24
Lettland	138	22	164	24
Litauen	184	29	169	26
Ryssland	313	28	310	45
Vitryssland	116	27	105	33
Ukraina	160	32	115	48
Övriga länder och områden	124	50	-	-
Totalt	3 606	41	2 142	42

KÖNSFÖRDELNING



Strukturkapitalet: Verktyg för ökad försäljning

Eniros strukturkapital utgörs av de verktyg och metoder som möjliggör för medarbetarna att bidra till att bolagets affärsmål uppnås.

SÄLJ- OCH LEDNINGSKONCEPT Eniro har ett starkt fokus på försäljning och har utarbetat ett framgångsrikt "Sälj- och ledningskoncept" för att på ett enkelt sätt definiera och uppnå försäljningsmålen. Syftet är att öka intäkterna genom att strukturera säljprocessen – från den allra första kontakten till stöd efter försäljningen – och därigenom säkerställa kundservice av hög kvalitet oavsett segment, produkt eller land och en hög avslutsfrekvens för koncernens säljare.

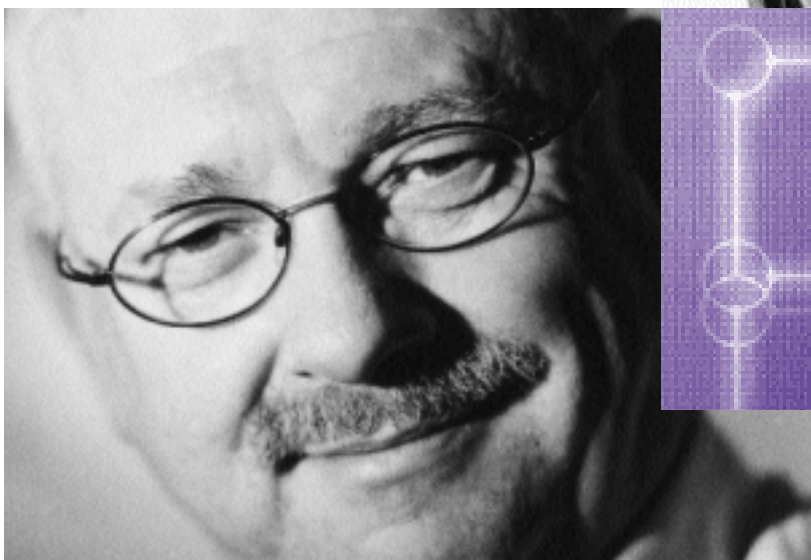
Konceptet sträcker sig längre än själva säljprocessen och innefattar ledningsfrågor, bland annat hur man utvecklar en medarbetares kompetens och förmåga att styra försäljningen och därmed uppnå uppsatta försäljningsmål. Detta är ett av Eniros viktigaste arbetskoncept och bygger på den erfarenhet som bolaget har samlat och dokumenterat efter många framgångsrika år på flera marknader. Konceptet ger strukturerade riktlinjer för vidareutbildningen av Eniros medarbetare inom områdena ledarskap, försäljning, arbetseffektivitet och rapportering.

Genomförande, lokal anpassning och vidareutveckling av konceptet sker fortlöpande via ett nätverk av lokala "ambasadorer", som träffas ett antal gånger per år för att se över och förbättra konceptet mot bakgrund av dotterbolagens, koncernens och marknadens utveckling.

PRISSÄTTNINGSKONCEPT Prissättningen är av avgörande betydelse för koncernens försäljning och lönsamhet. Eniro strävar långsiktigt mot en prissättning som baseras på

det värde som annonseringen tillför en kund, vilket i sin tur beror på den användning som uppnås. Koncernens modeller utgår således från produktens marknadsposition. För nya tjänster ligger fokus på att bredda basen av annonsörer, medan etablerade produkter vidareutvecklas och byggs ut för att omfatta nya tjänster.

För att skapa en efterfrågan på helt nya marknader kan Eniro initialt erbjuda nya produkter kostnadsfritt eller till låg kostnad för annonsören. När produkten eller tjänsten väl är etablerad kan kundnyttan tydliggöras och priserna justeras. Ett bra exempel på detta är hur Eniro skapat en stark anvärdarposition i Köpenhamn och nu kan låta detta slå igenom i ökande intäkter.



Varumärken: Högre synlighet och ökad effektivitet

Arbetet med en koncerngemensam varumärkesplattform påbörjades under 2001 som en del av Eniros övergripande strategi. Den gemensamma plattformen syftar till att öka effektiviteten i koncernens marknadskommunikation genom att skapa tydlighet samt såväl arbetsmässiga som ekonomiska synergier.

UTVECKLING AV ENIROS VARUMÄRKEN Eniro driver varumärkesutveckling på två nivåer: företagsvarumärket och produktvarumärkena. Dessa nivåer kopplas samman i en understödd produktvarumärkesstrategi, det vill säga att produkterna drivs som egna varumärken, men att de kopplas till företagsvarumärket.

Företagsvarumärket skall Eniro bygga genom en ökad närvaro på marknaden, en harmonisering av den visuella identiteten och en starkare koppling till produktvarumärkena. Detta arbete pågår internt just nu med full kraft.

Produktvarumärkesnivån skall framför allt stärkas genom centralt koordinerad produktutveckling som syftar till att utveckla starkare produktkoncept med bredare användning och fördjupad nytta. I högre utsträckning skall produkterna utgå ifrån online-världen och låta tryckta kataloger bli en konsekvens av kraven där. Delar av existerande produktkoncept skall även integreras och slås samman. Det innebär att antalet produktvarumärken i koncernen kommer att minska successivt. Takten bestäms av individuella förutsättningar på respektive marknad. Även här pågår interna projekt och under 2002 kommer förändringarna att implementeras.

Under året 2001 introducerades en sammanhållen visuell identitet för både företagsvarumärket och produktvarumärkena. Arbetet med att förankra varumärkesarbetet inom Eniro har påbörjats och regler för och skydd av immaterialrätter har tagits fram. Under införande är också ett internationellt Brand Management Concept (koncept för hur varumärken ska hanteras) med koncerngemensamma system för styrning, mätning och uppföljning. Olika verktyg som ska underlätta varumärkesarbetet för dotterbolagen är under utveckling. Grunden i detta är Eniro Brandweb, en internetbaserad varumärkeshandbok.



Miljö: Ett viktigt konkurrensmedel

Eniro ska, med utgångspunkt i minimal miljöbelastning, erbjuda sina kunder ett brett utbud av informationstjänster i olika distributionsformer.

LEDSTJÄRNOR I MILJÖARBETET Ett starkt engagemang för miljön ska prägla Eniros överväganden och aktiviteter, liksom insikten om att förmågan att värna om en god yttre och inre miljö är ett viktigt konkurrensmedel. Eniro är en del av samhället och miljöansvaret delas av alla. Eftersom förutsättningarna för hur man kan arbeta med miljö skiljer sig väsentligt mellan de olika länder där Eniro är verksamt, utvecklar respektive bolag individuella handlingsplaner för arbetet med miljöfrågor. Eniro strävar efter att använda resurserna så att miljöbelastningen minimeras i verksamheten. Detta omfattar såväl produkternas som tjänsternas totala livscykel. Vad gäller Eniros leverantörer ska de ha en miljöpolicy och ett handlingsprogram för miljöåtgärder.

AMBITIONER I MILJÖARBETET

- Eniro eftersträvar att vara bättre än gällande lagstiftning på miljöområdet.
- Eniro eftersträvar att utföra en relevant miljömärkning av sina produkter.
- Eniros anställda ska bland annat genom utbildning ges relevant kunskap i miljöfrågor och motiveras till en varaktig utveckling av miljöarbetet.
- Varje bolag ska ta fram adekvata handlingsprogram avseende miljöprogram och miljöfrågor.
- Eniro ska utveckla och tillhandahålla varor och tjänster som har minsta möjliga inverkan på miljön, som utnyttjar

energi och naturresurser effektivt och som kan återvinnas eller återanvändas.



Region Sverige: Stadig tillväxt med ökad marknadsandel online

Eniro är marknadsledande inom vägledande media i Sverige, med cirka 75 procents marknadsandel när det gäller tryckta kataloger och cirka 60 procent av den totala svenska internetreklammarknaden. Eniro förmedlar handel för drygt 300 miljarder på helårsbasis enbart via Gula Sidorna och Din Del¹.

INTÄKTER OCH RÖRELSERESULTAT Under 2001 ökade intäkterna med cirka 10 procent till 2 409 MSEK (2 184), trots en svag ekonomi och en fallande reklammarknad. Rörelseresultatet före avskrivningar (EBITDA) ökade med 20 procent till 1 059 (884). EBITDA-marginalen ökade under året från 40 till 44 procent i den svenska rörelsen. Region Sverige svarar för 53 procent (73) av koncernens intäkter. Under 2001 svarade den svenska rörelsen för 92 procent av rörelseresultatet före avskrivningar. Under året ökade intäkterna från online-verksamheten med knappt 40 procent och utgjorde 20 procent av de totala intäkterna.

MARKNAD Den svenska marknaden präglas av konkurrens från nya aktörer inom fast och mobilt internet, samt telefoni-tjänster såsom röst- och upplysningstjänster. Därtill kommer konkurrensen från de traditionella katalogverksamheterna. I

Sverige minskade den traditionella reklammarknaden med cirka 10 procent jämfört med 2000 till 15,5 miljarder SEK (17,3). Marknaden för internetreklam sjönk med cirka 14 procent till 845 MSEK och motsvarar därmed cirka 5,2 procent av den traditionella reklammarknaden².

Eniro har en marknadsandel om 75 procent (75) inom segmentet tryckta kataloger. Eniro har under året ökat sin marknadsandel till närmare 60 procent (33) av den totala svenska marknaden för internetreklam.

KUNDER Eniro Sverige har en bred kundbas med cirka 190 000 kunder bestående av små och medelstora företag för vilka katalogannonsering och internetjänster utgör viktiga kundkontakter. Katalogannonser påverkas i allmänhet mindre av konjunkturläget än andra, mera traditionella reklammedier.

¹ Siffoundersökning som genomfördes perioden 2000-09-01 till 2001-06-30. Antal intervjuade var 10 335 slumpmässigt utvalda svenska medborgare vilket är ett riksrepresentativt urval

² IRM, Institutet för Reklam och Mediestatistik, november 2001

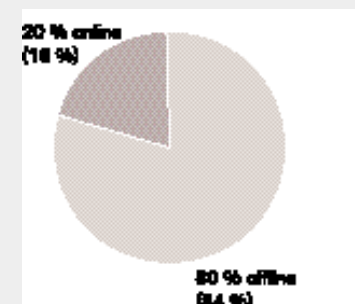
	1998	1999	2000	2001
Intäkter, MSEK	1 637	1 887	2 184	2 409
Varav online, MSEK	33	166	355	493
Varav online, %	2,0	8,8	16,2	20,5
Rörelseresultat före avskrivningar (EBITDA), MSEK	497	584	884	1 059
Antal heltidsanställda vid periodens utgång	637	500	553	754

Produktportfölj

Kataloger	Gula Sidorna, Emfas.com, DinDel
Internettjänster	www.gulasidorna.se, www.emfas.com, www.passagen.se, www.evreka.se
Telefontjänster	118 767
Digital-TV	Gula Sidorna
Mobiltjänster	Gula Sidorna

Exempel på produkter och tjänster

INTÄKTER ONLINE/OFFLINE



PRODUKTER Eniros huvudsakliga varumärken på den svenska marknaden är Gula Sidorna och Din Del, där Gula Sidorna innehåller regionala uppgifter och Din Del lokala uppgifter samt inom B2B-segmentet Emfas. Båda tjänsterna finns offline (tryckta kataloger och CD-ROM) och online, främst fast internet och röstutlämning.

Gula Sidorna är Eniros mest betydande produkt både med avseende på annonsförsäljning och lönsamhet. I och med Stockholmskatalogen 2002 har Gula Sidorna ett nytt format och ny layout, med målet att skapa en bättre överskådlighet och ökad läsbarhet. Den tryckta katalogen finns även på CD-ROM och säljs som CD-skiva och i form av nätverkslicenser. Under sensommaren 2001 påbörjades ett projekt i Halmstad, där Gula Sidorna innehöll streckkodsannonser. Genom en streckkodsläsare blir katalogen interaktiv och gör det möjligt för företag att länka direkt till aktuella erbjudanden och mer djupgående information på internet.

Gula Sidorna på internet är den mest använda svenska online-tjänsten för vägledande information. Webbplatsen innehåller information om företag, organisationer, landsting och kommuner i Sverige. Olika sökfunktioner gör det möjligt att söka på bransch, adress, rubrik och företagsnamn samt via karta. Under hösten har karttjänsten utvecklats med tjänsterna "skicka karta" via e-post och "lägga upp karta på egen hemsida". Det finns också en e-handelsgalleria på webbplatsen, som är en av de tre mest besökta e-handelsplatserna i Sverige med över 100 000 besökare (maj 2001). Under året har besöksantalet på gulasidorna.se varit i genomsnitt cirka 500 000 per månad. I februari 2002 uppgick antalet besökare till 850 000.

Gula Sidorna finns också via WAP med sökfunktion på företag, rubrik eller sökord med möjlighet till geografisk avgränsning. Genom ett samarbete med Mobile Media Group är nu WAP-tjänsten tillgänglig från alla WAP-telefoner samt andra bärbara enheter, till exempel handdatorer. Gula Sidorna erbjuds också som en mobil positioneringstjänst (MPS), som gör det möjligt att med hjälp av mobiltelefonen

söka efter företag i det geografiska område man befinner sig. Det finns över 25 000 företag under ett antal sökord, till exempel apotek, blommor och bensin.

I maj öppnade röstportalen Svar om Stockholm under nytt namn 118 767. Samtidigt introducerades tjänsten även i Göteborg och Malmö. 118 767 erbjuder telefonbaserad upplysningstjänst och svar på frågor om varor, tjänster och nöjen.

Eniros främsta B2B-produkt är emfas.com som distribueras till cirka en kvarts miljon företag i Sverige. Förutom kärninformationen i online-tjänsten tillhandahåller emfas.com årsredovisningar, uppgifter om kreditvärdighet, ekonomiska nyckeltal, affärsnyheter från de nordiska och europeiska marknaderna, kalendrar över konferenser samt standardblanketter. Under året har ett utvecklingsprojekt bedrivits med Eniro Finland och Wer Liefert Was? (WLW). Detta har resulterat i att WLWs paneuropeiska online-plattform nu även innehåller 7 000 svenska exportföretag. Emfas.com stärker därmed sitt erbjudande till svenska företagare och gör det möjligt för dessa att söka och själva bli sökta bland företag, produkter och tjänster samt kunna ta emot och skicka offertförfrågningar till företag i 15 europeiska länder.

I och med förvärvet av Scandinavia Online har Eniro Sverige fått ytterligare ett antal starka varumärken i sin produktportfölj. Bland internet- och mobiltjänster kan nämnas Passagen och sökmotorn Evreka.



Region Norden: Marknadsframgångar i Danmark och integration i Finland

Region Norden omfattar Danmark och Finland. Eniro är marknadsledande i Finland och har en stark utmanarposition i Danmark. Från den 1 januari 2002 ingår även Norge, som utgör en ny marknad för Eniro och som tillkom genom förvärvet av Scandinavia Online.

INTÄKTER OCH RÖRELSERESULTAT Under 2001 ökade intäkterna med cirka 13 procent till 651 MSEK (575). Rörelseresultatet före avskrivningar (EBITDA) ökade till 62 MSEK (3). Region Norden exklusive Sverige svarar för drygt 14 procent (19) av koncernens intäkter. Under 2001 ökade intäkterna från online-verksamheten med 30 procent och utgjorde knappt 13 procent av de totala intäkterna.

MARKNAD Under 2001 minskade den danska reklammarknaden med cirka 2 procent till motsvarande 14,1 miljard SEK. I Finland var den traditionella reklammarknaden oförändrad med ett värde motsvarande 10,2 miljarder SEK. Den danska internetmarknaden växte med 28 procent till motsvarande 203 MSEK, medan den finska internetmarknaden växte med 71 procent till ett värde motsvarande 154 MSEK.¹

I Danmark har Eniro en stark andraposition med en bedömd marknadsandel om över 20 procent.

Eniro Finland är efter förvärvet av Direktia marknadsledande både på offline- och online-området.

DANMARK: FRAMGÅNGAR I KÖPENHAMN Eniro har en stark marknadsposition och utmanar marknadsledaren bland annat genom att bygga en stark användarposition i Köpenhamn.

KUNDER Eniro Danmark riktar sig till små och medelstora företag i hela landet. Det är framför allt den lokala marknaden som är intressant för Eniro Danmarks kunder, eftersom bolaget är ledande utgivare av produkter och tjänster med lokal information om företag och kommunal service.

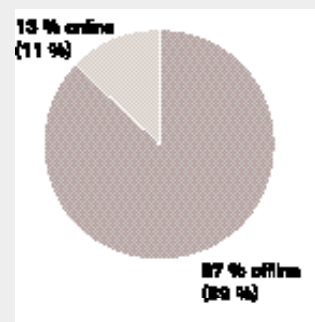
PRODUKTER De senaste åren har Eniro Danmark utvidgat sina varumärken till att omfatta även internettjänster, till exempel kontakt.dk och mostrup.dk med sökmotorer och register. Med hjälp av avancerade redigeringsverktyg kan kunderna själva

¹ Zenith Media, december 2001 (1 USD = 10,2 SEK)

	1998	1999	2000	2001
Intäkter, MSEK	450	529	575	651
Varav online, MSEK	4	24	64	83
Varav online, %	0,9	4,5	11,1	12,7
Rörelseresultat före avskrivningar (EBITDA), MSEK	99	90	3	62
Antal heltidsanställda vid periodens utgång	390	414	579	1 010

	Produktportfölj	Exempel på produkter och tjänster
Danmark		
Eniro Danmark A/S	Kataloger Internettjänst Telefontjänster Mobiltjänster	Contact, Mostrup www.kontakt.dk, www.sol.dk, www.mostrup.dk, www.kvasir.dk Contact Svar 80 333 666 sms.sol.dk
Finland		
Oy Eniro Finland AB	Kataloger Internettjänst Mobiltjänster	Yritystele, Kaupunki-info www.yritystele.fi, www.suomi24.fi, www.evreka.fi sms.haku
Oy Eniro DS AB	Kataloger Telefontjänster	Keltaset Sivut Helsinki 0100100, 118
Norge		
SOL A/S	Internettjänster Mobiltjänster	www.sol.no, www.kvasir.no sms.sol.no

INTÄKTER ONLINE/OFFLINE



underhålla och uppdatera sin information via internet. Detta har gett Eniro en stark position på marknaden för internetannonsering.

Mostrups katalog "Den grønne vejviser" ges ut i 265 av landets 275 kommuner och ses som ett effektivt vardagsverktyg med lokal kommunal information för kontakter mellan företag, invånare och kommunala institutioner. År 2001 blev Mostrup ensam leverantör till de flesta av Danmarks kommuner och tillhandahåller en direktaccess till en gemensam databas.

Contakts röda lokalkataloger ges ut i de större städerna med omgivande affärsområden. Den första utgåvan av Kontakt Köpenhamn kom 2000. Den trycktes i närmare en miljon exemplar och distribuerades till alla hushåll. I september 2001 publicerades den andra upplagan med signifikant ökad användning.

Genom Eniros förvärv av koncernen SOL, har flera starka internetvarumärken tillkommit i Eniro Danmarks produktportfölj, till exempel internettjänsten Kvasir, mobiltjänsten SOL och portalen sol.dk

FINLAND: STARKARE ÄN NÅGONSIN Under året blev Eniro marknadsledande på katalogmarknaden i Finland. I november 2001 förvärvade Eniro det finska telekomföretaget Elisa Communications katalogverksamhet, tidigare Direktia, Finlands näst största verksamhet inom vägledande media. Den finska marknaden är mycket fragmenterad.

Förvärvet stärker Eniros närvaro på marknaden, särskilt inom Helsingforsregionen, genom att Eniro därigenom blev officiell utgivare av Suomen Keltaiset Sivut, Gula Sidorna i Finland.

KUNDER Eniro Finland riktar sig till företag och organisationer som vill nå potentiella kunder inom B2B- och B2I-segmenten. Med såväl lokala som internationella produkter och tjänster omfattar Eniro Finlands kundstruktur allt från små till stora bolag.

PRODUKTER Den regionala katalogen Kaupunki-info har en stark position inom B2I-segmentet, medan Yritystele är ett varumärke för nationella, regionala och branschspecialiserade kataloger riktade mot B2B. Båda varumärkena finns också som internettjänster.

Eniro Finland driver en rikstäckande röstutlämningstjänst, "0100100", och en nummerupplysningstjänst, "118", för Elisa- och Radiolinja-abonnenter.

Tillsammans med emfas.com och WLW har Eniro Finland med B2B-varumärket Yritystele lanserat ett gemensamt projekt som öppnat den finska marknaden för europeiska företag som är kunder till WLW och svenska emfas.com. Dessutom har kunder till Yritystele kunnat presentera sig på de tyska och svenska marknaderna.



Region Centraleuropa: Starka marknadspositioner

Eniro är marknadsledande inom B2I i Polen och har starka marknadspositioner i Tyskland och övriga Centraleuropa vad gäller B2B-tjänster. I den tyska delstaten Baden-Württemberg har Eniro etablerat en tydlig utmanarposition när det gäller vägledande information inom B2I.

INTÄKTER OCH RÖRELSERESULTAT Region Centraleuropa redovisar intäkter på 1 171 MSEK, vilket motsvarar knappt 26 procent av koncernens totala intäkter. Wer Liefert Was? (WLW) konsoliderades den 31 december 2000 och Eniro Windhager Mediengruppe (Windhager) den 1 januari 2001, medan den polska verksamheten ingår från och med det andra kvartalet 2001. Över 25 procent av regionens intäkter härrör från online-verksamhet. Regionen redovisar ett rörelseresultat före avskrivningar (EBITDA) om 72 MSEK.

ENIRO WINDHAGER: ATT BRYTA ETT MONOPOL

Genom förvärvet av Windhager är Eniro etablerat som en oberoende aktör med det långsiktiga målet att skapa en stark utmanarposition på den tyska marknaden inom B2I-segmentet. I Tyskland finns omkring 150 katalogutgivare inom B2I-segmentet, varav tioalet större. De flesta är franchisetagare

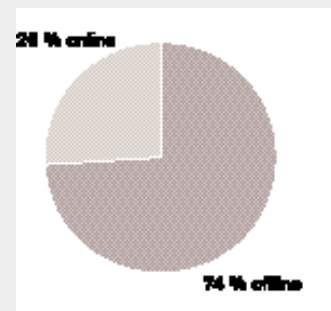
till DeTeMedien, ett dotterbolag till Deutsche Telekom, och får därigenom tillgång till varumärken, databaser och distributionsnät och erlägger en betydande licensavgift till DeTeMedien. DeTeMediens struktur omfattar en indelning i olika kataloger, främst lokala och regionala vita sidor samt lokala och regionala gula sidor samt motsvarande struktur på internet. De flesta utgivare använder sig av oberoende säljagenter. Eniro Windhager slutförde under 2001 sina åtaganden som licenstagare till DeTeMedien och påbörjade omställningen till en oberoende aktör under det fjärde kvartalet.

Vid tiden för förvärvet hade Windhager en säljkår som bestod av 71 oberoende säljagenter. Som ett led i integrationen och införandet av Eniros Sälj- och ledningskoncept etablerade företaget en egen säljorganisation med cirka 150 säljare.

	2001
Intäkter, MSEK	1 171
Varav online, MSEK	300
Varav online, %	25,6
Rörelseresultat före avskrivningar (EBITDA), MSEK	72
Antal heltidsanställda vid periodens utgång	1 271

	Produktportfölj	Exempel på produkter och tjänster
Tyskland		
Wer Liefert Was? GmbH	Internettjänster	www.wlw.de
Eniro Windhager	Katalog	Eniro
Mediengruppe GmbH	Internettjänster	www.eniro.de
Polen		
Eniro Polska S.p.z.o.o	Kataloger	Panorama Firm
	Internettjänst	www.pf.pl

INTÄKTER ONLINE/OFFLINE



MARKNADEN Den tyska ekonomin har i likhet med övriga EU präglats av en försämrade BNP-utveckling och en stigande inflation. Den traditionella reklammarknaden uppgick 2001 till 176 miljarder SEK, vilket gör den till den största i Europa. Den tyska katalogreklammarknaden uppgick till 11 miljarder SEK vilket motsvarar 6 procent av landets totala reklammarknad¹. Det innebär att Tyskland är en av de minst utvecklade marknaderna för vägledande media och utvecklingspotentialen bedöms därför vara stor, såväl offline som online.

KUNDER Windhager var vid förvärvet marknadsledande inom B2I-segmentet i regionen Baden-Württemberg. Företaget riktar sig främst till små och medelstora företag som vill nå ut med lokal information.

PRODUKTER Eniro Windhager lanserade under 2001 en ny produkt och etablerade en prisstrategi för såväl offline- som online-försäljning. För att snabbt öka kännedomen om Eniro Windhager och stärka företagets image bland annonssörer och framtida användare inleddes en marknadsföringskampanj i Stuttgart och Rems-Murr som blev mycket framgångsrik. Katalogerna för dessa två områden publicerades i slutet av 2001 och undersökningar visar på en hög användningsgrad. Eniros "Telefon & Branchen Komplettbuch" bygger på det svenska produktkonceptet som består av tre tryckta delar: branschregister, alfabetiskt företagsregister och register för privatpersoner samt en kartdel. Detta koncept är unikt inom den tyska B2I-marknaden för kataloger.

Annonssörer och användare är mycket positiva till produktkonceptet. Samtidigt med den första utgåvan av Enirobook lanserades en internetplattform – eniro.de – som är en sökmotor för företagsinformation.

WLW: FRAMGÅNGSRIKT B2B-FÖRETAG ONLINE

Wer Liefert Was? (WLW) har övergått helt från utgivning av tryckta kataloger till produkter och tjänster för elektroniska medier, det vill säga CD-ROM och internet. WLW är en av Europas ledande B2B-leverantörer med inriktning på tillverkare och industriella tjänsteföretag. Användarna är mestadels professionella inköpare, som genom WLW får tillgång till information från 15 europeiska länder på 11 olika språk.

WLW konsoliderades i Eniro den 31 december 2000. Bolaget, som har sin bas i Hamburg, är marknadsledande inom B2B-segmentet i Tyskland, Österrike, Schweiz, Slovenien, Kroatien och Tjeckien. WLW gav sig tidigt ut på online-marknaden och var det första företaget inom B2B-segmentet som 1999 började ägna sig uteslutande åt vägledande media online. Mer än 75 procent av omsättningen kommer från produkter som inte fanns för fem år sedan.

MARKNADEN Den tyska internetreklammarknaden värderas till 1,3 miljarder SEK, en minskning jämfört med 2000, då marknaden uppgick till 1,5 miljarder SEK¹. Ny media i Tyskland har tappat avsevärt i tillväxttakt, men detta har också medfört att WLW kunnat ta marknadsandelar. Förklaringen till att den tyska internetmarknaden mer än halverats är kombinationen av lågkonjunktur och en låg internetpenetration (35 procent i Tyskland jämfört med 62 procent i Sverige). Internetreklammarknaden motsvarar cirka 0,6 procent av den traditionella reklammarknaden, vilket motsvarar cirka hälften av övriga Europa.

KUNDER Flertalet kunder är små och medelstora företag. Genom att vara verksamt inom flertalet branscher är WLW mindre ekonomiskt sårbart än en del konkurrenter. WLW riktar sig till ungefär 150 000 av Tysklands cirka 3 miljoner företag.

¹ Zenith Media, december 2001 (1 USD = 10,2 SEK)

Region Centraleuropa

PRODUKTER De enda offline-produkterna på marknaden är WLWs CD-BOOK och CD-BOOK Central Europe. CD-BOOK introducerades på marknaden 2001 och innehåller information om exportföretag i 13 länder.

WLWs användare kan söka bland ungefär 400 000 företag i 15 länder via WLWs internettjänst, där de får tillgång till information om produktsortiment, försäljningsområden, företagsledning och certifiering med mera. Ungefär en miljon offertförfrågningar skickades till annonsörerna under 2001. Samtidigt registrerades närmare 12 miljoner produkt- och företagssökningar. "MyWLW" är en individuellt utformad tjänst som introducerades 2001. Den har redan över 20 000 registrerade användare, vilket gör det möjligt för WLW att starta e-handel inom kort. Tillsammans med svenska emfas.com och finska Yritystele startades ett gemensamt projekt under hösten 2001, som öppnade dörren till den europeiska B2B-marknaden för de nordiska företagen. Norden blev mer tillgängligt för europeiska företag.

ENIRO POLSKA: MARKNADSLEDARSKAP Eniro förvärvade det polska bolaget Panorama Polska i maj 2001. Integrationsarbetet är intensivt; en ny ledning har rekryterats och Eniros Sälj- och ledningskoncept är under införande. I mars 2002 bytte företaget namn till Eniro Polska.

Eniro Polska grundades 1992 och är Polens största katalogföretag med verksamhet i hela landet. Produkt- och tjänsteutbudet omfattar såväl traditionell katalogverksamhet som online-verksamhet. Polen är östra Europas största katalogreklammarknad.

MARKNAD Den polska ekonomin har haft en hög tillväxt under senare delen av 90-talet. Stram penningpolitik och tecken på kommande politisk turbulens har gjort att bland annat den privata konsumtionen har minskat, vilket påverkat företagens investeringsvilja. Den traditionella reklammarknaden värderas till 23 miljarder SEK¹ och internetreklammarknaden värderas till cirka 125 MSEK.

Sammantaget är Eniro Polska marknadsledande inom vägledande media, såväl offline som online.

KUNDER Eniro Polska har utvecklat en av de största och bäst uppdaterade databaserna över landets företag, uppdelade på B2I och B2B. Databasen innehåller adressinformation om närmare 700 000 företag. Bolagets kunder är framför allt små och medelstora företag.

PRODUKTER Panorama Firm är en nationell gula sidorna-tjänst som finns både online och offline. Dessutom finns katalogen på CD-ROM som kan köpas i detaljhandeln. WAP-utgåvan används av 25 000 personer i månaden. Det finns också kataloger som täcker särskilda nischområden, till exempel byggnadsbranschen, motor, export och import, Warszawasidor på engelska samt Warszawa för turister. Utöver dessa finns utgåvor med lokal B2I-information. Den motsvarande internettjänsten har också en stark position.

¹ Zenith Media, december 2001 (1 USD = 10,2 SEK)

Region Östeuropa: Marknadsledande på tillväxtmarknader

Eniro är en ledande aktör i Moskva och S:t Petersburg i Ryssland samt i Baltikum, Vitryssland och Ukraina.

INTÄKTER OCH RÖRELSERESULTAT Region Östeuropa redovisar intäkter på 190 MSEK (154), vilket motsvarar en tillväxt på knappt 23 procent. Regionen svarade för drygt 4 procent av koncernens totala intäkter. Regionen redovisar ett rörelseresultat före avskrivningar (EBITDA) om -9 MSEK (-7). Online-verksamheten svarade för 26 procent av intäkterna.

ONLINE-PRODUKTER Under 2001 lanserade Eniro en ny version av B2B- och B2I-kataloger på internet, både i Baltikum och i övriga Östeuropa. Till skillnad från konventionella "infofinjer" eller katalogtjänster kan Eniro erbjuda ett bredare innehåll och en mer omfattande databas för såväl fast telefoni som mobiltelefoni. Eniro bedömer att efterfrågan på denna tjänst kommer att fortsätta öka, i synnerhet i Ryssland, till följd av den snabba ökningen av antalet mobiltelefoner.

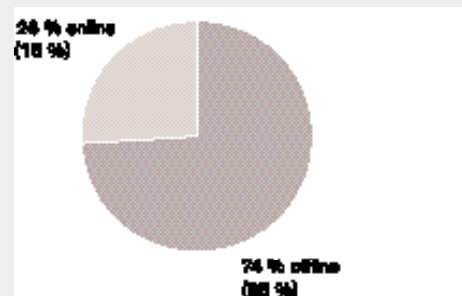
I april 2001 blev estniska AS Teabeliin (1188) ett helägt dotterbolag till Eniro. Förvärvet av "1188" – den ledande röstportalen i Estland med en marknadsandel på 44 procent – kommer att ge synergieffekter för Eniro Eesti.

OFFLINE-PRODUKTER Eniro producerar både regionala B2I-kataloger och rikstäckande B2B-kataloger i samtliga länder samt en internationell utgåva av B2B-katalogen Navigator.

Tillväxten för offline-tjänsterna under 2001 härrör i huvudsak från Ryssland, där Eniro förutspår fortsatt stark utveckling för tryckta produkter.

	2000	2001
Intäkter, MSEK	154	190
Varav online, MSEK	23	49
Varav online, %	14,9	25,6
Rörelseresultat före avskrivningar (EBITDA)	-7	-9
Antal heltidsanställda vid periodens utgång	1 037	1 116

INTÄKTER ONLINE/OFFLINE



	Produktportfölj	Exempel på produkter och tjänster
Vitryssland JV Eniro Belfakta	Kataloger Internettjänster	Business Belarus, Kontakt! www.btb.by
Estland Eniro Eesti AS	Kataloger Internettjänster	Ärikatalog Kontakt!, www.arikatalog.ee, www.kontakt.ee
AS Teabeliin	Telefontjänster	1188 infoabi
Lettland Eniro Latvija SIA	Kataloger Internettjänster Telefontjänster	Visa Latvia, Kontakt! www.visalativija.lv, www.kontakti.lv Infoline 7 222222
Litauen Eniro Lietuva UAB	Kataloger Internettjänster	Visa Lietuva, Kontaktas! www.visalietuva.lt
Eniro InfoMedija UAB	Telefontjänster	1588

Ryssland Eniro Moskva	Kataloger Internettjänster	Yellow Pages www.yellowpages.ru
Eniro S:t Petersburg	Kataloger	Navigator, Kontakt!
Ukraina Eniro Ukraina	Kataloger Telefontjänster	Kniga Mista Eniroline 9409888

Förvaltningsberättelse

Styrelsen och verkställande direktören för Eniro AB (publ), organisationsnummer 556588-0936, med säte i Stockholm, avger härmed årsredovisning och koncernredovisning för räkenskapsåret 2001.

ORGANISATION Enirokoncernen bildades den 1 juli 2000 genom att ett antal bolag med likartad verksamhet inom Telia-koncernen samordnades under ett moderbolag, Eniro AB (publ).

Eniro är en av de ledande aktörerna i Europa inom området vägledande media – såväl offline i form av tryckta kataloger, som online, till exempel via internet, röstutlämning (nummerupplysning) och mobila lösningar. Den övergripande affärsidén är att tillhandahålla information som sammanför köpare och säljare närhelst det finns ett köpbehov och på så sätt underlätta handeln.

Från och med år 2001 är Eniros verksamheter organiserade i följande regioner:

Region Sverige, d.v.s. verksamheten i Sverige

Region Norden exkl. Sverige, d.v.s. verksamheterna i Danmark och Finland samt från den 1 januari 2002 även Norge
Region Centraleuropa, d.v.s. verksamheterna i bl.a. Tyskland, Polen, Österrike och Schweiz

Region Östeuropa, d.v.s. verksamheterna i Estland, Lettland, Litauen, Vitryssland, Ukraina samt Ryssland.

Eniro publicerade under år 2001 cirka 850 titlar med en sammanlagd upplaga av cirka 35 miljoner exemplar. Koncernen Eniro bedriver verksamhet i 19 länder.

ÄGARBILD Eniro AB (publ) är noterat på Stockholmsbörsen sedan den 10 oktober 2000. Sedan 2001 är aktien noterad på listan Attract 40. En noteringspost motsvarar 100 aktier och varje aktie ger rätt till en röst. Den 2 juli 2001 anslöts Eniroaktien till Stockholmsbörsens OMX-index med vikten 0,87 procent.

Under 2001 har Telia avyttrat hela sitt återstående innehav i Eniro, vilket vid årets ingång motsvarade 49 procent av det totala antalet aktier. Vid årets slut uppgick antalet aktieägare till 5 732 (1 446).

Den 23 april 2001 offentliggjorde SEAT Pagine Gialle S.P.A. ett publikt erbjudande till aktieägarna och innehavarna av teckningsoptioner i Eniro. SEAT drog tillbaka sitt erbjudande

i juli, då de inte nådde önskade 50,1 procent av antalet utestående aktier.

FÖRVÄRV Marknaden för vägledande media präglas av konsolidering och Eniro tar aktiv del i denna strukturförändring. Under året har ett flertal förvärv genomförts. Bland dessa märks särskilt:

Den tyska företagsgruppen Windhager Mediengruppe, en ledande utgivare av kataloger i den tyska delstaten Baden-Württemberg, förvärvades den 1 januari 2001.

Eniro förvärvade 75 procent av "Svar om Stockholm" i februari och resterande 25 procent i december. Tjänster inom denna verksamhet marknadsförs under namnet 118 767 "Svar om Sverige".

AS Teabeliin, den ledande röstportalen i Estland, förvärvades till fullo i april. Då företaget tidigare var delägt av Eniro, har förvärvet inte någon påverkan på Eniros konsoliderade intäkter.

Förvärvet av det polska katalogföretaget Panorama Polska Sp.z.o.o godkändes av de polska konkurrensmyndigheterna i maj. Konsolidering av verksamhetens räkenskaper har skett från och med andra kvartalet 2001.

Eniros förvärv av det finska telekombolaget Elisa Communications katalogverksamhet Direktia slutfördes under november månad. Köpeskillingen erlades i form av nyemitterade aktier. Den förvärvade verksamheten representerar Finlands näst största aktör inom vägledande media och innefattar utgivning av bland annat Gula Sidorna (Keltaiset Sivut) i Helsingforsområdet samt är även en av de ledande inom nummerupplysning.

Den 20 november lämnade Eniro ett kontant erbjudande till aktieägarna i Scandinavia Online AB (publ), SOL, att förvärva samtliga aktier i bolaget, noterat på Stockholmsbörsens O-lista samt på Oslo Børs. SOL innefattar Nordens största portalnätverk med verksamhet i Sverige, Norge, Danmark och Finland. Per den sista december hade Eniro förvärvat 97,9 procent av samtliga aktier.

Såväl Direktia som SOL konsolideras i Eniros koncern-

balansräkning per den 31 december 2001. Förvärven har inte påverkat koncernens resultaträkning för år 2001.

FÖRSÄLJNING OCH RESULTAT Eniro redovisar en fortsatt god utveckling. Intäkterna för helåret ökade med 50 procent och uppgick till 4 519 MSEK (3 004). Rensat för förvärvade enheter uppgick tillväxten till 11 procent, med störst relativ tillväxt i Region Östeuropa med 23 procent.

För årets sista kvartal uppgick intäkterna till 1 897 MSEK (1 392) vilket motsvarar en tillväxt på 36 procent. Exklusive förvärvade enheter uppgick tillväxten till 9 procent för kvartalet.

Online-verksamheten bibehöll sin goda tillväxttakt på en svag marknad. Intäkterna för denna verksamhet uppgick under året till 925 MSEK (442) vilket representerar en tillväxt på 109 procent. Den organiska tillväxten för helåret blev 41 procent, där ökning redovisas i samtliga regioner. Intäkter från online-verksamheten svarar nu för cirka 20 procent av den totala omsättningen.

Rörelseresultatet före avskrivningar (EBITDA) förbättrades med 259 MSEK, eller 29 procent, till 1 150 MSEK (891). Exklusive förvärvade enheter redovisas en förbättring på 21 procent.

Region Sverige svarar för merparten av årets rörelseresultat före avskrivningar, 1 059 MSEK (884), en ökning med 20 procent. EBITDA-marginalen i den svenska rörelsen förbättrades till 44 procent för året (40).

Betydande resultatförstärkning redovisas vidare för Region Norden exklusive Sverige, 62 MSEK (3).

I Region Centraleuropa är det främst Eniros B2B-verksamhet Wer Liefert Was? som haft en god resultatutveckling.

Eniro förvärvade i januari 2001 Windhager Mediengruppe med verksamhet i Baden-Württemberg. Den tyska marknaden kontrolleras idag till stor del av DeTeMedien (Deutsche Telekom), som genom licenser ger ett större antal licensstagare tillgång till varumärken, databaser och distributionsnät. Målet med Eniros förvärv av Windhager är att etablera en oberoende utmanare på den relativt sett outvecklade tyska marknaden, vilket kräver kraftfulla och kostsamma satsningar inom främst marknadsföring och försäljning. Syftet med dessa aktiviteter är att etablera ett nytt varumärke och en förbättrad produktportfölj samtidigt som nya geografiska marknader bearbetas. De strategiska initiativ som ingår i den planerade omställningen av Eniro Windhager inleddes från

och med det fjärde kvartalet. År 2002 kommer att präglas av den fortsatta omställningen av bolaget och intäkterna förväntas därför att kraftigt understiga intäkterna för år 2001. En positiv utveckling av intäkterna förväntas först från och med år 2003. I samband med den andra utgåvan av Eniros kataloger kommer det att göras en utvärdering för att bestämma tempot i den fortsatta geografiska expansionen i Tyskland.

Efterfrågan på den polska marknaden har varit svag under året, vilket är den främsta orsaken till att Eniros verksamhet här visar en viss tillbakagång. Åtgärder har vidtagits, vilket bland annat resulterat i en förstärkt försäljningsorganisation.

Rörelseresultat före avskrivningar på goodwill (EBITA) förbättrades för helåret med 200 MSEK eller 23 procent, från 865 MSEK föregående år till 1 065 MSEK.

Årets resultat efter skatt uppgick till 453 MSEK (489).

RÖRELSENS KASSAFLÖDE Kassaflödet från den löpande verksamheten under året uppgick till 738 MSEK.

Årets kassaflöde uppgår till 208 MSEK där de under året genomförda förvärven haft en negativ påverkan med 1 208 MSEK.

FINANSIELL STÄLLNING Koncernens räntebärande nettoskuld har under året ökat med 991 MSEK, från 969 MSEK den 1 januari till 1 960 MSEK per den sista december.

Soliditeten uppgick per den 31 december till 54 procent, vilket innebär en viss förstärkning sedan föregående årsskifte då soliditeten uppgick till 50 procent.

Skuldsättningsgraden minskade något under året till 0,39 gånger (0,40).

Den räntebärande nettoskulden i relation till rörelseresultat före avskrivningar för året uppgick till 1,7 gånger (1,1).

Avkastningen på det egna kapitalet för den senaste 12-månadersperioden var 13 procent (33).

Cash Earnings (beräknad som årets resultat med återläggande av årets avskrivningar) per aktie uppgick till 5,12 kronor (4,28), en förbättring med 20 procent, medan vinst per aktie blev 2,80 SEK (3,26).

PERSONAL Medelantalet anställda, löner och ersättningar samt förmåner till ledande befattningshavare redovisas i Not 3 och 4.

Förvaltningsberättelse

MODERBOLAGET Moderbolaget Eniro AB (publ) hade vid årsskiftet 35 anställda.

Moderbolagets försäljning består huvudsakligen av licensintäkter och uppgick till 71 MSEK.

BOLAGETS LEDNING Styrelsen i Eniro AB (publ) består idag av sex stämموvalda ledamöter samt en styrelseledamot utsedd av de anställda. Telias koncernchef Marianne Nivert lämnade styrelsen i december 2001. Styrelsen bör enligt sin arbetsordning sammanträda cirka sex gånger per år, varav minst ett möte med fördjupad inriktning på överordnade strategifrågor. Utöver ordinarie styrelsemöten har under året hållits ett antal extra styrelsemöten främst mot bakgrund av under året genomförda förvärv. Bolagets revisorer deltar vid styrelsens årliga bokslutsmöte.

Styrelsen har inrättat två kommittéer, en kompensationskommitté och en nomineringskommitté. Kompensationskommittén förbereder beslut i frågor om ersättning till ledande befattningshavare. Nomineringskommitténs uppgift är att i samråd med representanter för de större ägarna ta fram förslag till kommande styrelses sammansättning.

Koncernledningen består av fem personer. I koncernledningen ingår Lars Guldstrand, VD och koncernchef, Lennart Bernard, ekonomi- och finansdirektör, Mikael Engqvist, chefsjurist, Mats Eklund, chef för marknad och affärsutveckling, och Bertil Levin, chef för organisationsutveckling och affärskoncept.

PROFORMA INFORMATION M.M. Finansiell information för koncernen avseende år 2000 är i rapporten upprättad proforma och utgår i huvudsak från den koncernstruktur som är genomförd under första halvåret 2001. Detaljerad information om proformaförutsättningar finns att tillgå i det prospekt som lämnades till marknaden inför bolagets notering på Stockholmsbörsens O-lista. Prospektet kan rekvideras från Eniro.

VIKTIGA HÄNDELSER EFTER RÄKENSKAPS-ÅRETS UTGÅNG Eniros ägarandel i SOL uppgick i slutet av januari 2001 till 99,2 procent av det totala antalet aktier. Eniro har påkallat tvångsinlösen av utestående aktier i SOL. SOL avnoterades från Stockholmsbörsen och Oslo Børs den 16 januari 2002.

I februari 2001 inleddes en process mot Gulan AB och Mediaförlaget Företagstele AB (båda två svenska dotterbo-

lag till TeleDanmark) avseende deras produkt Gulan, rörande intrång i Eniros skyddade arbete Gula Sidorna. Enligt ett intermistiskt beslut från Svea hovrätt har de två bolagen förbjudits med vite att fortsätta med intrånget. Huvudförhandling i målet är planerad att hållas i tingsrätten under våren 2002.

UTSIKTER FÖR ÅR 2002 Den ekonomiska utvecklingen under den närmaste framtiden präglas av betydande osäkerhet. En allmän uppfattning är att mediamarknaden kommer att kännetecknas av en fortsatt svag utveckling under 2002, dock med mer positiva signaler för det andra halvåret.

Eniros bedömning är att försäljningen under 2002 kommer att uppvisa fortsatt tillväxt, dock med en lägre tillväxttakt än under föregående år.

UTDELNING I samband med Eniros börsintroduktion deklarerade Eniros styrelse att bolagets utdelning i genomsnitt över tiden kommer att motsvara cirka 30 procent av årets resultat. Detta förutsätter bland annat att bolaget inte bedöms behöva dessa likvida medel för exempelvis företagsförvärv.

FÖRSLAG TILL VINSTDISPOSITION Koncernens fria egna kapital enligt upprättad koncernbalansräkning uppgår till 1 778 MSEK. Någon överföring till bundet eget kapital krävs ej i koncernen.

Till bolagsstämmans förfogande står följande vinstmedel i moderbolaget:

Årets förlust	-265 232 533
Balanserade vinstmedel	1 820 259 988
Summa	1 555 027 455

Styrelsen och verkställande direktören föreslår att:

till aktieägarna dela ut 70 öre per aktie	123 326 666
I ny räkning överföres	1 431 700 789
Summa	1 555 027 455

Koncernens resultaträkning

MSEK	Not	Jan-Dec 2001	Jul-Dec 2000	Proforma Jan-Dec 2000
RÖRELSEINTÄKTER				
Brutto rörelseintäkter		4 636	1 867	3 212
Reklamskatt		-117	-124	-208
Rörelseintäkter	1, 2	4 519	1 743	3 004
RÖRELSEKOSTNADER	6			
Produktionskostnader		-1 282	-478	-848
Försäljningskostnader		-1 361	-425	-752
Marknadsföringskostnader		-275	-125	-222
Administrationskostnader		-499	-160	-286
Produktutvecklingskostnader		-60	-31	-55
Övriga rörelseintäkter		33	10	-
Övriga rörelsekostnader		-10	-5	24
Rörelseresultat före avskrivningar av goodwill		1 065	529	865
Avskrivningar goodwill		-290	-64	-127
Rörelseresultat efter avskrivningar		775	465	738
Finansnetto	7	-83	-24	-27
Resultat före skatter och minoritetsintressen		692	441	711
Skatt	8	-242	-105	-220
Minoritetsintresse		3	-1	-2
ÅRETS RESULTAT		453	335	489

Koncernens balansräkning

MSEK	Not	2001-12-31	2000-12-31
TILLGÅNGAR			
Anläggningstillgångar			
Goodwill	9	6 141	2 998
Övriga immateriella anläggningstillgångar	10	48	23
Materiella anläggningstillgångar	11	333	156
Uppskjuten skattefordran	8	295	55
Räntebärande anläggningstillgångar		10	11
Summa anläggningstillgångar		6 827	3 243
Omsättningstillgångar			
Lager		23	-
Pågående arbete		179	76
Kundfordringar		1 360	1 025
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	14	176	72
Skattefordran		14	23
Övriga icke räntebärande omsättningstillgångar		82	40
Summa icke räntebärande omsättningstillgångar		1 834	1 236
Övriga räntebärande fordringar		2	-
Kortfristiga placeringar		4	79
Kassa och bank		585	282
Summa räntebärande omsättningstillgångar		591	361
Summa omsättningstillgångar		2 425	1 597
SUMMA TILLGÅNGAR		9 252	4 840
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Bundet eget kapital			
Aktiekapital		176	150
Bundna reserver		3 023	701
Fritt eget kapital			
Fria reserver		1 325	1 211
Årets resultat		453	335
Summa eget kapital	16	4 977	2 397
Minoritetsintresse		-	5
Avsättningar			
Avsatt för pensioner	17	85	71
Övriga avsättningar	18	311	153
Summa avsättningar		396	224
Räntebärande långfristiga skulder	19	2 343	1 270
Kortfristiga skulder			
Leverantörsskulder		407	254
Skatteskulder		286	188
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	20	375	220
Övriga icke räntebärande skulder		335	282
Summa icke räntebärande skulder		1 403	944
Räntebärande kortfristiga skulder	19	133	-
Summa kortfristiga skulder		1 536	944
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		9 252	4 840
Ställda säkerheter	21	259	0
Ansvarsförbindelser	21	6	93

Koncernens kassaflödesanalys

MSEK	Not	Jan-Dec 2001
Den löpande verksamheten		
Resultat före finansiella poster		775
Justering för poster som inte ingår i kassaflödet		
Avskrivningar av anläggningstillgångar utom goodwill		85
Avskrivningar av goodwill		290
Avsättningar		29
Orealiserade valutakursförluster		7
Erhållna räntor		30
Erlagda räntor		-122
Betald inkomstskatt		-225
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar i rörelsekapital		869
Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital		
Ökning av pågående arbete		-108
Ökning av kortfristiga fordringar		-133
Ökning av kortfristiga skulder		110
Kassaflöde från den löpande verksamheten		738
Investeringsverksamheten		
Förvärv av dotterföretag	13	-1 208
Förvärv av immateriella anläggningstillgångar		-37
Förvärv av materiella anläggningstillgångar		-171
Kassaflöde från investeringsverksamheten		-1 416
Finansieringsverksamheten		
Upptagna lån		987
Utbetald utdelning		-101
Kassaflöde från finansieringsverksamheten		886
ÅRETS KASSAFLÖDE		208
Likvida medel vid årets början	15	361
Kursdifferens i likvida medel		22
Likvida medel vid årets slut		591

Moderbolagets resultaträkning

MSEK	Not	Jan-Dec 2001	Mar-Dec 2000
RÖRELSEINTÄKTER		71	-
KOSTNADER	6		
Marknadsföringskostnader		-35	-
Administrationskostnader		-102	-2
Övriga rörelseintäkter		0	-
Övriga rörelsekostnader		-3	-
Rörelseresultat		-69	-2
Finansnetto	7	-27	-10
Resultat efter finansiella poster		-96	-12
Bokslutsdispositioner		-272	-
Skatt på årets resultat			
Skatt	8	103	3
ÅRETS RESULTAT		-265	-9

Moderbolagets balansräkning

MSEK	Not	2001-12-31	2000-12-31
TILLGÅNGAR			
Anläggningstillgångar			
Materiella anläggningstillgångar	11	1	-
Aktier i dotterbolag	13	4 441	2 602
Uppskjuten skattefordran		0	-
Räntebärande fordringar hos koncernföretag		248	301
Summa anläggningstillgångar		4 690	2 903
Omsättningstillgångar			
Kundfordringar		0	-
Fordringar hos koncernföretag		1 341	1 539
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	14	1	-
Övriga icke räntebärande omsättningstillgångar		8	-
Summa icke räntebärande omsättningstillgångar		1 350	1 539
Räntebärande fordringar hos koncernföretag		1 010	-
Kassa och bank		1	-
Summa räntebärande omsättningstillgångar		1 011	-
Summa omsättningstillgångar		2 361	1 539
SUMMA TILLGÅNGAR		7 051	4 442
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Bundet eget kapital			
Aktiekapital		176	150
Överkursfond		2 446	48
Pågående nyemission		-	533
Fritt eget kapital			
Balanserad vinst		1 820	1 078
Årets resultat		-265	-9
Summa eget kapital	16	4 177	1 800
Obeskattade reserver			
Periodiseringsfond		272	-
Avsättningar			
Avsatt för pensioner	17	0	-
Summa avsättningar		0	-
Räntebärande långfristiga skulder	19	782	2 568
Kortfristiga skulder			
Leverantörsskulder		11	-
Skulder till koncernföretag		17	7
Skatteskulder		228	-
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	20	18	25
Övriga icke räntebärande skulder		1	1
Summa icke räntebärande skulder		275	33
Räntebärande kortfristiga skulder till koncernföretag		1 513	41
Övriga räntebärande skulder	19	32	-
Summa räntebärande skulder		1 545	41
Summa kortfristiga skulder		1 820	74
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		7 051	4 442
Ställda säkerheter	21	-	0
Ansvarsförbindelser	21	1 732	95

Moderbolagets kassaflödesanalys

MSEK	Not	Jan-Dec 2001
Den löpande verksamheten		
Resultat före finansiella poster		-69
Netto av koncerninterna räntebetalningar		25
Netto erlagda räntor och realiserade valutakursdifferenser		-56
Betald inkomstskatt		-1
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar i rörelsekapital		-101
Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital		
Ökning av kortfristiga fordringar		-9
Ökning av kortfristiga skulder		7
Kassaflöde från den löpande verksamheten		-103
Investeringsverksamheten		
Förvärv av dotterföretag	13	-751
Förvärv av materiella anläggningstillgångar		-1
Kassaflöde från investeringsverksamheten		-752
Finansieringsverksamheten		
Amorterade lån		-1 757
Nettoförändring av finansiella fordringar och skulder mot koncernföretag		2 714
Utbetald utdelning		-101
Kassaflöde från finansieringsverksamheten		856
ÅRETS KASSAFLÖDE		1
Likvida medel vid årets början	15	0
Likvida medel vid årets slut		1

Redovisnings- och värderingsprinciper

ALLMÄNNA REDOVISNINGSPRINCIPER Årsredovisningen har upprättats i enlighet med årsredovisningslagen samt Redovisningsrådets rekommendationer och Bokföringsnämndens allmänna råd och vägledningar.

ENIROKONCERNENS BILDANDE Eniro AB (publ) bildades i mars 2000 i syfte att förvärva och oberoende driva Telias olika katalogverksamheter. Genom omstruktureringen förvärvade Eniro AB (publ) i princip hela Telias katalogverksamhet. Omstruktureringen innefattar bildandet av Eniro AB (publ) och Eniro ABs (publ) förvärv av aktierna i vissa av Telias dotterbolag. Verksamheterna som förvärvades av Eniro AB (publ) har drivits som en separat enhet inom Telia sedan år 1991. Huvuddelen av förvärven genomfördes per den 30 juni 2000. Vissa delar av omstruktureringen, som speglas i koncernens proformaräkenskaper och övrig rörelseinformation, var inte slutförda per den 30 juni 2000. Den finska katalogverksamheten förvärvades per den 20 september 2000. TIM Varumärken AB, som äger vissa varumärken som används i Eniros verksamhet, samt dess helägda dotterbolag TIMI Nederlands BV, som är part i avtalet med KPN, förvärvades per den 17 januari 2001.

PROFORMAREDOVISNINGAR Inför börsintroduktionen den 10 oktober 2000 upprättades ett prospekt med finansiell proformainformation. Koncernens proformaräkenskaper och övrig proformainformation som inkluderades i prospektet hämtades ur de historiska räkenskaperna för de ingående bolag och verksamheter som förvärvades av Eniro genom omstruktureringen som om omstruktureringen trätt i kraft per den 1 januari 1995.

För att på bästa sätt kunna beskriva den under år 2000 bedrivna rörelsen har i denna årsredovisning intagits information rörande hela verksamhetsåret 2000 på samma sätt som i prospektet.

Finansnettot 2000 är en proformaindikation på vad koncernens resultat skulle ha varit, om koncernen skulle funnits under hela 2000.

KONCERNREDOVISNING Koncernens räkenskaper omfattar moderbolaget och alla dess dotterbolag. Benämningen dotterbolag används för de bolag i vilka moderbolaget, direkt eller indirekt, innehar mer än 50 procent av rösterna

eller på annat sätt utövar ett bestämmande inflytande.

Eniros koncernredovisning upprättas enligt förvärvsmetoden i enlighet med Redovisningsrådets rekommendation RR1:96. Tillgångar och skulder i dotterbolag vid förvärvstidpunkten tas upp till marknadsvärdet i koncernens balansräkning enligt en förvärvsanalys. Överstiger anskaffningsvärdet för aktier i dotterbolag det beräknade marknadsvärdet av bolagets nettotillgångar enligt förvärvsanalysen utgörs skillnaden av koncernmässig goodwill.

Obeskattade reserver, som förekommer i redovisningen i bolag i vissa länder, redovisas i koncernen dels som uppskjuten skatteskuld, dels som bundna reserver. Den uppskjutna skatteskulden är beräknad enligt rådande skattesats i respektive land.

Eniros utländska dotterbolag är självständiga utlandsverksamheter. Dessa verksamheters resultat- och balansräkningar räknas i koncernen om till svenska kronor i överensstämmelse med Redovisningsrådets rekommendation RR8. Utländska dotterbolags tillgångar och skulder omräknas till balansdagens kurs medan resultaträkningen omräknas till årets snittkurs. Den valutakursdifferens som uppkommer vid omräkningen förs direkt till koncernens egna kapital.

UTLÄNDSK VALUTA I moderbolaget och i de övriga koncernbolagen är fordringar och skulder i utländsk valuta redovisade i enlighet med Redovisningsrådets rekommendation RR8, vilket innebär att alla fordringar och skulder i utländsk valuta, med undantag för vissa långfristiga interna lån, omräknas till balansdagens kurs i koncernens räkenskaper. I de fall en tillgång eller investering effektivt är skyddad mot valutakursfluktuationer av en skuld i motsvarande utländsk valuta sker ej omräkning av bokförda värden.

Styrelsen har fastställt en valutakurspolicy, som i korthet innebär, att oönskade valutarisker ska elimineras så långt det är ekonomiskt rimligt för koncernen. Valutarisken kan indelas i transaktionsexponering och omräkningsexponering. Transaktionsexponering avser nettot av operativa in- och utflöden samt av finansiella fordringar och skulder inklusive räntebetalningar i andra valutor än respektive koncernenhets redovisningsvaluta. Omräkningsexponering avser koncernens nettotillgångar inklusive goodwill i utländska verksamheter vid det senaste bokslutet.

Redovisnings- och värderingsprinciper

Transaktionsexponering

Huvudregeln är att koncernens kända transaktionsexponering ska vara kurssäkrad. Med känd exponering avses flöden som är kontrakterade och fakturerade. Varje koncernbolag ska skydda sin exponering hos Eniro Treasury, koncernens internbank. Av detta följer att koncernens exponering i praktiken motsvaras av de valutaaffärer som koncernbolagen har gjort med Treasury.

Omräkningsexponeringen

Eniro Treasury svarar för att koncernens omräkningsexponering regelbundet beräknas och analyseras. Vid beslut om skydd ska det göras avvägning mellan kostnad för åtgärden och den erhållna riskreduktionen.

VÄRDERING OCH AVSKRIVNING AV MATERIELLA OCH IMMATERIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR

Anläggningstillgångarna upptas i balansräkningen till koncernens anskaffningsvärde med avdrag för ackumulerade avskrivningar enligt plan. Avskrivningsperioderna för dessa tillgångar baseras på uppskattad ekonomisk livslängd.

Följande avskrivningsperioder tillämpas:

Immateriella tillgångar

Goodwill skrivs av enligt plan i resultaträkningen. Avskrivningstiden bestäms individuellt för varje förvärv mot bakgrund av bedömd ekonomisk livslängd. Avskrivningstiden varierar mellan 5 och 20 år.

Redovisat goodwillvärde prövas vid varje bokslutstillfälle. En eventuell nedskrivning belastar koncernens resultaträkning.

Materiella tillgångar

Byggnader	10–50 år
Inventarier, verktyg och installationer	3–5 år

PÅGÅENDE ARBETE Pågående arbete värderas till aktiverade produktionskostnader samt försäljningskostnader. En individuell bedömning sker avseende balanserade belopp för varje individuell katalog. I balansräkningen redovisas pågående arbete med avdrag för förskott från kunder.

PRODUKTUTVECKLINGSKOSTNADER Produktutvecklingskostnader, företrädesvis kostnader för framtagande

av nya online-tjänster, kostnadsförs i takt med att de uppkommer.

INTÄKTSREDOVISNING Intäkter från katalogverksamheten redovisas då katalogen distribueras. Produktionskostnader samt direkta försäljningskostnader balanseras fram till detta datum varefter de kostnadsförs. Kataloger distribueras normalt årligen.

SKATTER I koncernredovisningen redovisas aktuell skatt och uppskjuten skatt.

Vid redovisning av inkomstskatter tillämpas i enlighet med RR9 balansräkningsmetoden. Enligt denna metod redovisas uppskjutna skatteskulder och skattefordringar för alla temporära skillnader mellan redovisade respektive skattemässiga värden för tillgångar och skulder. Uppskjutna skattefordringar redovisas därutöver när det bedöms sannolikt att underskottsavdrag kommer att kunna utnyttjas i framtiden. Uppskjutna skatteskulder och skattefordringar beräknas utifrån den förväntade skattesatsen vid den bedömda tidpunkten för återföringen. Effekter av förändringar i gällande skattesatser resultatförs i den period förändringen beslutats. Uppskjutna skattefordringar tas upp i balansräkningen om det bedöms sannolikt att det underliggande förlustavdraget kommer att kunna utnyttjas i framtiden.

I proformaredovisningen har schablonskatt beräknats med 28 procent på koncernens resultat med beaktande av ej avdragsgill avskrivning på goodwill.

Not 1

Intäkter och rörelseresultat före avskrivningar per geografisk verksamhetsgren

MSEK	Proforma		
	2001	2000	1999
Rörelseintäkter totalt	4 519	3 004	2 649
Offline-intäkter	3 594	2 562	2 440
Online-intäkter	925	442	209
Sverige	2 409	2 184	1 887
Offline-intäkter	1 916	1 829	1 721
Online-intäkter	493	355	166
Norden exkl Sverige	651	575	529
Offline-intäkter	568	511	505
Online-intäkter	83	64	24
Centraleuropa	1 171	-	-
Offline-intäkter	871	-	-
Online-intäkter	300	-	-
Östeuropa	190	154	141
Offline-intäkter	141	131	121
Online-intäkter	49	23	20
Övriga rörelseintäkter	98	91	93

Rörelseresultat före avskrivningar (EBITDA)	1 150	891	769
Marginal %	26	30	29
Sverige	1 059	884	644
Marginal %	44	40	34
Norden exkl Sverige	62	3	90
Marginal %	10	1	17
Centraleuropa	72	-	-
Marginal %	6	-	-
Östeuropa	-9	-7	2
Marginal %	-5	-4	1
Övrigt	-34	11	33

I rörelseresultatet ingår nettokursförlust om 0,1.

Av moderbolagets intäkter är 100% intäkter från koncernbolag.

Not 2

Intäkter och rörelseresultat före avskrivningar per kvartal

MSEK	Totalt	Q4	Q3	Q2	Q1
Rörelseintäkter 2001					
Sverige	2 409	1 093	238	716	362
Norden exkl Sverige	651	279	145	149	78
Centraleuropa	1 171	386	185	211	389
Östeuropa	190	114	27	37	12
Övrigt	98	25	24	24	25
Totalt	4 519	1 897	619	1 137	866
Rörelseintäkter 2000 proforma					
Sverige	2 184	1 033	194	654	303
Norden exkl Sverige	575	254	124	127	70
Centraleuropa	-	-	-	-	-
Östeuropa	154	82	21	36	15
Övrigt	91	23	22	25	21
Totalt	3 004	1 392	361	842	409

MSEK	Totalt	Q4	Q3	Q2	Q1
Rörelseresultat före avskrivningar (EBITDA) 2001					
Sverige	1 059	581	43	320	115
Norden exkl Sverige	62	79	-10	15	-22
Centraleuropa	72	-39	-44	7	148
Östeuropa	-9	19	-5	-11	-12
Övrigt	-34	1	-16	-18	-1
Totalt	1 150	641	-32	313	228

Rörelseresultat före avskrivningar (EBITDA) 2000 proforma

MSEK	Totalt	Q4	Q3	Q2	Q1
Sverige	883	447	29	327	80
Norden exkl Sverige	2	77	-37	8	-46
Centraleuropa	-	-	-	-	-
Östeuropa	-5	11	-10	1	-7
Övrigt	11	10	0	-3	4
Totalt	891	545	-18	333	31

Not 3

Anställda

Medelantalet heltidsanställda	2001		Proforma 2000	
	Totalt	Andel män %	Totalt	Andel män %
Sverige	634	46	553	60
Danmark	334	60	312	42
Finland	297	36	239	35
Tyskland	378	58	-	-
Polen	733	41	-	-
Estland	195	19	175	24
Lettland	138	22	164	24
Litauen	184	29	169	26
Ryssland	313	28	310	45
Vitryssland	116	27	105	33
Ukraina	160	32	115	48
Övriga länder och områden	124	50	-	-
Totalt	3 606	41	2 142	42

Antalet heltidsanställda vid årets utgång uppgår till 4 151(2 381).

Not 4

Löner, andra ersättningar och sociala kostnader

MSEK	2001		Proforma 2000	
	Löner och andra ersättningar	Sociala kostnader	Löner och andra ersättningar	Sociala kostnader
Moderbolaget	29	15	1	0
varav pensionskostnader		5		-
Dotterbolag	773	194	407	155
varav pensionskostnader		43		46
Koncernen totalt	802	209	408	155
varav pensionskostnader		48 ¹⁾		46 ¹⁾

¹⁾ Av koncernens pensionskostnader avser 3 (1) MSEK gruppen styrelse och VD.

Noter

Not 4 Fortsättning

Löner och andra ersättningar fördelade per land och mellan styrelseledamöter m fl och övriga anställda

MSEK	2001			Proforma 2000		
	Styrelse och VD	Övriga anställda	Varav tantiem till styrelse och VD	Styrelse och VD	Övriga anställda	Varav tantiem till styrelse och VD
Sverige	9	225	2	5	190	1
Danmark	1	140	0	1	129	-
Finland	1	76	-	1	40	0
Tyskland	13	155	4	-	-	-
Polen	4	95	-	-	-	-
Estland	1	11	0	1	8	-
Lettland	0	8	-	0	9	-
Litauen	1	10	-	1	8	-
Ryssland	1	27	-	1	9	-
Vitryssland	0	4	-	0	2	-
Ukraina	1	2	-	1	2	-
Övriga länder och områden	3	14	1	-	-	-
Koncernen totalt	35	767	7	11	397	1

I enlighet med bolagsstämans beslut om arvoden till styrelsens ordförande, övriga valda ledamöter och fackliga företrädare samt suppleanter för dessa, utgår ersättning om 1 470 (1 057) TSEK. Härav utgår till styrelsens ordförande, Björn Svedberg, 450 (450) TSEK i styrelse-arvode. Ledamoten John Abrahamson har engagerats för arbete utöver ordinarie styrelsearbete, vilket ersatts med 750 TSEK. Inget arvode utgår till ledamöter som samtidigt är anställda i bolaget. Till Lars Guldstrand, VD och koncernchef, har i ersättningar och andra förmåner utgått sammanlagt 4,9 (3,2) MSEK. Av beloppet utgör 1,8 (0,9) MSEK bonus. Bonus till VD och koncernchef kan uppgå till maximalt 70% av baslönen.

Förmåner till ledande befattningshavare

Uppsägning och avgångsvederlag

VD och vissa befattningshavare i bolaget har avtal som medger avgångsvederlag om befattningshavaren får lämna sin tjänst på företagets begäran. Avgångsvederlag inklusive uppsägningslön överstiger inte i något fall 24 månadslöner.

Pension

För VD och koncernchef Lars Guldstrand avsätter bolaget premier för en tjänstepensionsförsäkring motsvarande maximalt 43% av lön exklusive bonus. Under 2001 uppgick pensionskostnaden till 1 559 (715) TSEK. Ålderspensionen är beräknad till att utgå med 65% av baslön vid 60 års ålder.

Anställda i Sverige omfattas av förmånsbaserade pensionsplaner. Moderbolaget och de svenska dotterbolagen följer ITP-avtalet. Koncernens anställda i utlandet omfattas normalt av avgiftsbaserade pensionsplaner. Avgifterna till de sistnämnda planerna utgör normalt en andel av den anställdes lön. De svenska pensionsåtaganden beräknas av PRI.

I övriga intäkter proforma, under första halvåret 2000, ingår 18 MSEK i återbäring av pensionsmedel från SPP.

Not 5

Arvoden till revisorer

Uppgifter för år 2000 avser proforma

MSEK	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2001	2000	2001	2000
Ernst & Young, revisionsuppdrag	3	2	0	0
Ernst & Young, övriga uppdrag	11	0	10	-
Övriga revisorer, revisionsuppdrag	4	1	-	-

Not 6

Avskrivningar

MSEK	KONCERNEN			MODERBOLAGET	
	2001	2000	Proforma 2000	2001	2000
Produktionskostnader	15	1	2	-	-
Försäljningskostnader	28	3	6	-	-
Marknadsföringskostnader	3	0	0	0	-
Administrationskostnader	38	8	18	0	-
Produktutvecklingskostnader	1	-	-	-	-
Summa	85	12	26	0	-

Not 7

Finansnetto

MSEK	KONCERNEN			MODERBOLAGET	
	2001	2000	Proforma 2000	2001	2000
INTÄKTER					
Övriga finansiella intäkter	71	9	13	58	9
Externa finansiella ränteutgifter	21	3	21	1	0
Interna finansiella ränteutgifter	-	-	-	80	17
Summa	92	12	34	139	26
KOSTNADER					
Övriga finansiella kostnader	73	8	12	59	-
Externa finansiella räntekostnader	102	28	49	58	21
Interna finansiella räntekostnader	-	-	-	49	15
Summa	175	36	61	166	36
Finansnetto totalt	-83	-24	-27	-27	-10

I koncernens finansnetto ingår nettokursvinster om 7,3.

Not 8

Skatt

Följande komponenter ingår i skattekostnaderna:

MSEK	KONCERNEN			MODERBOLAGET	
	2001	2000	Proforma 2000	2001	2000
Aktuell skattekostnad	305	106		-103	-3
Justering av tidigare års skatter		5			
Uppskjuten skattekostnad					
avseende temporära skillnader	106	47		-	-
Uppskjuten skatteintäkt					
avseende temporära skillnader	-46	-20		-	-
Uppskjuten skatteintäkt till följd av underskottsavdrag	-128	-28		-	-
Redovisad skattekostnad	242	105		-103	-3
Aktuell skatt redovisad direkt mot eget kapital				331	
Årets totala skatt	242	105	220	228	-3

Not 8 Fortsättning

Samband mellan årets skattekostnad och skattekostnad enligt gällande svensk skattesats

	KONCERNEN
MSEK	2001
Redovisat resultat efter skatt	692
Skatt enligt svensk skattesats 28%	194
Skatteeffekt av	
- rörelsekostnader som inte är skattemässigt avdragsgilla	18
- intäkter som inte är skattepliktiga	-2
- ej avdragsgilla avskrivningar på goodwill	53
Skillnader mellan svensk och utländsk skattesats	-22
Redovisad skattekostnad	242

Följande komponenter ingår i uppskjutna skattefordringar och skatteskulder

	KONCERNEN
MSEK	2001
Uppskjutna skattefordringar	
Underskottsavdrag	302
Avdragsgilla temporära skillnader	113
Avgår kvittningsbara uppskjutna skatteskulder	-120
Summa uppskjutna skattefordringar	295
Uppskjutna skatteskulder	
Skattepliktiga temporära skillnader	175
Avgår kvittningsbara uppskjutna skattefordringar	-124
Summa uppskjutna skatteskulder	51

Not 9

Goodwill

Ingående anskaffningsvärde resp ingående ackumulerade avskrivningar år 2000 utgör det övertagna värdet som förelåg vid koncernens bildande 2000-07-01.

	KONCERNEN	
MSEK	2001	2000
Ingående anskaffningsvärde	3 294	2 039
Årets investeringar	3 122	1 167
Årets omräkningsdifferens	340	88
Summa	6 756	3 294
Ingående ackumulerade avskrivningar	-296	-230
Årets avskrivning	-290	-64
Årets omräkningsdifferens	-29	-2
Summa	-615	-296
Utgående planenligt restvärde, goodwill	6 141	2 998

Goodwill som ingår i restvärdet och vars avskrivningar är skattemässigt avdragsgilla

Danmark	258
Finland	882
Tyskland	823
Summa	1 963

Not 10

Övriga immateriella anläggningstillgångar

Ingående anskaffningsvärde resp ingående ackumulerade avskrivningar år 2000 utgör det övertagna värdet som förelåg vid koncernens bildande 2000-07-01.

	KONCERNEN	
MSEK	2001	2000
Ingående anskaffningsvärde	28	8
Årets investeringar	50	20
Avyttringar	-6	0
Årets omräkningsdifferens	6	0
Summa	78	28
Ingående ackumulerade avskrivningar	-5	-4
Årets avskrivning	-31	-1
Avyttringar	6	0
Årets omräkningsdifferens	0	0
Summa	-30	-5
Utgående planenligt restvärde, övriga immateriella anläggningstillgångar	48	23

Not 11

Materiella anläggningstillgångar

Ingående anskaffningsvärde resp ingående ackumulerade avskrivningar 2000 utgör det övertagna värdet som förelåg vid koncernens bildande 2000-07-01.

Byggnader och mark

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
MSEK	2001	2000	2001	2000
Ingående anskaffningsvärde	78	15	-	-
Årets investeringar	80	62	-	-
Försäljningar och utrangeringar	0	0	-	-
Årets omräkningsdifferens	8	1	-	-
Summa	166	78	-	-
Ingående ackumulerade avskrivningar	-7	-6	-	-
Årets avskrivning	-8	0	-	-
Försäljningar och utrangeringar	0	0	-	-
Årets omräkningsdifferens	-1	-1	-	-
Summa	-16	-7	-	-
Utgående planenligt restvärde, byggnader och mark	150	71	-	-

Inventarier

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
MSEK	2001	2000	2001	2000
Ingående anskaffningsvärde	226	147	-	-
Ingående anskaffningsvärde för Finland	-	40	-	-
Årets investeringar	186	33	1	-
Försäljningar och utrangeringar	-40	-2	-	-
Årets omräkningsdifferens	24	8	-	-
Summa	396	226	1	-
Ingående ackumulerade avskrivningar	-141	-104	-	-
Ingående ackumulerade avskrivningar för Finland	-	-23	-	-
Årets avskrivning	-94	-11	0	-
Försäljningar och utrangeringar	35	2	-	-
Årets omräkningsdifferens	-13	-5	-	-
Summa	-213	-141	0	-
Utgående planenligt restvärde, inventarier	183	85	1	-
Utgående planenligt restvärde, materiella anläggningstillgångar	333	156	1	-

Noter

Not 12

Leasingavtal

Avtalade leasingavgifter avseende operationella leasingkontrakt.

MSEK	KONCERNEN
- förfall under 2002	98
- förfall 2003–2006	198
- förfall 2007 och senare	-

I årets rörelsekostnad ingår avgifter för operationella leasingavtal med 132 (52) MSEK.

Not 13

Aktier och andelar i koncernföretag

Aktier och andelar ägda direkt och indirekt av moderbolaget

Namn	Organisationsnummer	Säte	Antal aktier	Kapitalandel %	Bokfört värde 2001-12-31	Bokfört värde 2000-12-31
					MSEK	MSEK
Handlalkalt i Din Del AB	556572-1502	Stockholm	1 000	100	0	0
TIM Varumärke AB	556580-8515	Stockholm	1 000	100	0	-
TIMI Nederlands BV	33.25 94 60	Amsterdam	200	100		
Eniro Danmark A/S	224595	Köpenhamn	24 000	100	1 743	1 615
Eniro International AB	556429-6670	Stockholm	1 000	100	105	105
Belfakta SP	1047	Minsk		75		
Budapest Projekt 92 KFT	01-09-362834	Budapest		100		
CJSC TeleMedia Ukraina	23511074	Kiev		87		
Eniro Eastern Europe Holding AB	556606-0140	Stockholm	1 000	100		
Eniro Eesti AS	10029016	Tallinn	2 500	100		
AS Teabellin	10009841	Tallinn	510	100		
OU Ärikataloog	10656517	Tallinn	1	100		
Eniro Estland AB	556445-0921	Stockholm	100	100		
Eniro Lettland AB	556445-6894	Stockholm	100	100		
Eniro Lietuva UAB	UL 93-64	Vilnius	3 000	100		
Eniro Infomedija UAB	AB 93-888	Vilnius	100	100		
Eniro Nederland AB	556474-9108	Stockholm	1 000	100		
Magyar Herold Business Data KFT	01-09-164362	Budapest		100		
OOO Eniro Rus-S	228896	S:t Petersburg	1	100		
OOO Eniro Rus-M	100844	Moskva	1	100		
TeleMedia International BV	3325.9460	Amsterdam	40	100		
TeleMedia Schweiz AG	CH-020.3.005.530-0	Zurich		100		
SIA Eniro Latvija	000308840	Riga	189 750	100		
TeleMedia Svenska AB	556465-2013	Stockholm	1 000	100		
Eniro Sverige AB	556445-1846	Stockholm	500 000	100	260	260
Din Del AB	556053-2409	Stockholm	200 000	100		
Eniro Förlagslån AB	556598-3359	Stockholm	1 000	100		
Eniro Försäljning AB	556580-1965	Stockholm	1 000	100		
Lindgren & Co Data AB	556423-9704	Stockholm	1 000	100		
Eniro Svar om Sverige AB	556544-2331	Stockholm	20 000	100		
Emfas företagskatalogen HB	969630-7355	Stockholm				
Gula Sidorna HB	969629-3753	Stockholm				
Scandinavia Online AB	556551-9989	Stockholm	44 536	98	520	-
Scandinavia Online Content AB	556549-0892	Stockholm	1 000	100		
Bilguiden Skandinavien AS	980858812	Oslo	272 368	100		
Bilguiden Norge AS	980858847	Oslo	50 000	100		
Bilguiden Danmark A/S	24224635	Köpenhamn	500	100		
Bilweb Sverige AB	556546-3758	Stockholm	1 000	100		

Not 13 Fortsättning

Netbonus Holding AB	556575-7480	Stockholm	3 640	100		
Scandinavia Online Passagen AB	556556-0900	Stockholm	1 000	100		
Scandinavia Online AS	974209314	Oslo	1 383 038	100		
Scandinavia Online A/S	18412896	Köpenhamn	4 020	100		
Netstationen A/S	21030074	Köpenhamn	667	100		
Subnet ApS	21511846	Köpenhamn	200	100		
Netlogin.dk ApS	10004926	Köpenhamn	400	100		
Scandinavia Online Portal A/S	20421096	Köpenhamn	500	100		
Din Side AS	977353599	Oslo	1 800 000	100		
Try Tidningar AB	556585-4501	Stockholm	1 000	100		
Inside Finans AB	556546-3170	Stockholm	1 000	100		
Oy Eniro Finland Ab	0100130-4	Åbo	60 000	100	15	15
Internetpalvelu Suomen Kaupunki-info Ay	1100595-8	Åbo		50		
Telia Kauppatori Ay	1546403-5	Åbo		50		
OY Eniro Ds Ab	1726828-1	Helsingfors	8 000	100	0	-
Eniro Deutschland GmbH	HRB 77757	Hamburg	1	100	534	517
Wer Liefert Was? GmbH	HRB 44606	Hamburg	2	100 ¹⁾	85	90
WLW Vermögensverwaltungs GmbH	HRB 44606	Hamburg		100		
Wer liefert was? GmbH Switzerland	CH 170.4.001.503-4	Baar		100		
Wer liefert was? GmbH Austria	108453	Klosterneuburg		100		
Wer liefert was? Spol. S.r.o. Czech Republic	62584669	Prag		100		
Wer liefert was? D.o.o Slovenia	Srg 98/01016	Celie		100		
Wer liefert was? D.o.o Croatia	80282955	Zagreb		100		
Eniro Windhager GmbH	HRB 22085	Stuttgart		100		
Esenza Werbeagentur, GmbH	HRB 21868	Stuttgart		100		
Panorama Polska Sp.z.o.o	RH B 31000	Warszawa	1 035 209	100	1 179	-
Summa					4 441	2 602

¹⁾ Varav Eniro AB (publ.) äger 5,1% direkt

Följande företag och verksamheter har förvärvats under 2001

Företag/verksamhet	Förvärvsdatum
TIM Varumärke AB	01-01-17
Scandinavia Online koncernen	01-12-31
Eniro Svar om Sverige AB	01-02-09 / 01-12-31
OY Eniro Ds Ab	01-12-31
AS Teabellin 60%	01-03-31
Panorama Polska Sp.z.o.o	01-03-31
Eniro Windhager GmbH	01-01-01

Sammanlagda köpeskillingar för årets förvärv

MSEK	KONCERNEN	MODERBOLAGET
Köpeskillning inklusive övriga förvärvskostnader	3 800	1 712
- varav genom apportemission	(1 891)	(957)
- varav ännu ej elagt belopp	(220)	(4)
Avgår likvida medel vid förvärvstillfället	(481)	-
Summa under året betalda förvärvskostnader	1 208	751

Not 14

Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter

Legalt

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
MSEK	2001	2000	2001	2000
Övriga förutbetalda kostnader	176	72	1	-
Upplupna intäkter	0	0	-	0
Summa	176	72	1	0

Not 15

Likvida medel

Likvida medel består i huvudsak av banktillgodohavanden och kortfristiga placeringar i företag förvärvade i samband med årsskiftet samt i utländska enheter, som inte ingår i koncernens centralkontosystem.

Noter

Not 16

Eget kapital

Moderbolaget

MSEK	Aktie- kapital	Överkurs fond	Pågående nyemission	Balanserad vinst	Summa
Ingående eget kapital 2001-01-01	150	48	533	1 069	1 800
Nyemission	26	2 398	-533		1 891
Utdelning				-101	-101
Lämnade/mottagna koncernbidrag				852	852
Årets resultat				-265	-265
Utgående eget kapital per 2001-12-31	176	2 446	0	1 555	4 177

Aktiekapitalet utgörs av 176 180 952 (150 000 000) aktier à nominellt 1 krona.

Antal aktier

Antal aktier 2001-01-01	150 000 000
Nyemission i samband med förvärv	
<i>Wer Liefert Was?</i>	5 725 287
<i>Panorama Polska</i>	8 197 400
<i>Direktia OY</i>	12 258 265
Antal aktier 2001-12-31	176 180 952

Koncernen

MSEK	Aktie- kapital	Bundna reserver	Fria reserver	Summa
Ingående eget kapital 2001-01-01	150	701	1 546	2 397
Kapitaltillskott i samband med företagsförvärv	26	1 865	99	1 990
Utdelning			-101	-101
Årets omräkningsdifferens			238	238
Förskjutning mellan bundet och fritt eget kapital		457	-457	0
Årets resultat			453	453
Utgående eget kapital per 2001-12-31	176	3 023	1 778	4 977

Ackumulerade kursdifferenser som redovisats direkt mot eget kapital uppgår till 437 MSEK.

Optioner till anställda inom Eniro

309 anställda i Eniro antog anbudet under 2000 att teckna optioner. Totalt utfärdades 1 500 000 teckningsoptioner med teckningskurs 11,30 kronor. Teckningsoptionerna kan utnyttjas under perioden 2003-06-30 – 2004-02-21 till en teckningskurs om 133 kronor. Målen med optionsprogrammet var att attrahera och behålla kompetent personal, sammanföra ledningens och de anställdas intressen med förväntningarna från aktieägarna och få alla anställda att engagera sig och delta i genomförandet av företagets affärsmodell.

Not 17

Avsättningar för pensioner och liknande förpliktelser

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
MSEK	2001	2000	2001	2000
Avsättning för FPG/PRI pensioner	75	68	0	-
Övriga pensioner och liknande förpliktelser	10	3	-	-
Summa	85	71	0	-

Not 18

Övriga avsättningar

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
MSEK	2001	2000	2001	2000
Avsättningar för uppskjuten skatteskuld	51	104	-	-
Avsättningar för omstruktureringsåtgärder	212	46	-	-
Övriga icke räntebärande avsättningar	48	3	-	-
Summa	311	153	-	-

Not 19

Skulder till kreditinstitut

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
MSEK	2001	2000	2001	2000
Skulder till kreditinstitut	2 345	1 270	784	2 568
Beviljade kreditramar	2 800	1 700	1 200	1 700

Den räntebärande upplåningen har följande förfallostruktur:

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2001		2001	
Av skulder till kreditinstitut förfaller				
– under 2002	2 345		784	

Not 20

Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
MSEK	2001	2000	2001	2000
Upplupna personalrelaterade kostnader	83	60	10	-
Upplupna räntor	3	4	3	4
Övriga upplupna kostnader	289	156	5	21
Summa	375	220	18	25

Not 21

Ställda säkerheter och ansvarsförbindelser

Ställda säkerheter

Avseende skulder till kreditinstitut

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
MSEK	2001	2000	2001	2000
- övriga säkerheter	259	-	-	-
Summa	259	-	-	-

Per 2000-12-31 fanns ställda säkerheter avseende pågående förvärv i Tyskland.

Ansvarsförbindelser

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
MSEK	2001	2000	2001	2000
Garantiförbindelse	4	91	-	91
Borgens- och ansvarsförbindelse avseende dotterbolag	-	-	1 732	4
Borgensförbindelse	1	1	-	-
Garantiåtaganden, FPG/PRI	1	1	-	-
Summa ansvarsförbindelser	6	93	1 732	95

Revisionsberättelse

STOCKHOLM DEN 19 FEBRUARI 2002
ENIRO AB (PUBL)

Björn Svedberg
Styrelseordförande

John Abrahamson

Lars Berg

Per Bystedt

Jan Rudberg

Bengt Sandin

Lars Guldstrand
Verkställande direktör

TILL BOLAGSSTÄMMAN I ENIRO AB (PUBL) Org nr 556588-0936

Vi har granskat årsredovisningen, koncernredovisningen och bokföringen samt styrelsens och verkställande direktörens förvaltning i Eniro AB (publ) för räkenskapsåret 2001. Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för räkenskapshandlingarna och förvaltningen. Vårt ansvar är att uttala oss om årsredovisningen, koncernredovisningen och förvaltningen på grundval av vår revision.

Revisionen har utförts i enlighet med god revisionssed i Sverige. Det innebär att vi planerat och genomfört revisionen för att i rimlig grad försäkra oss om att årsredovisningen och koncernredovisningen inte innehåller väsentliga fel. En revision innefattar att granska ett urval av underlagen för belopp och annan information i räkenskapshandlingarna. I en revision ingår också att pröva redovisningsprinciperna och styrelsens och verkställande direktörens tillämpning av dem samt att bedöma den samlade informationen i årsredovisningen och koncernredovisningen. Som underlag för vårt uttalande om ansvarsfrihet har vi granskat väsentliga beslut, åtgärder och förhållanden i bolaget för att kunna bedöma om någon styrelseledamot eller verkställande direktören är ersättningsskyldig mot bolaget. Vi har även granskat om någon styrelseledamot eller verkställande direktören på annat sätt har handlat i strid med aktiebolagslagen, årsredovisningslagen eller bolagsord-

ningen. Vi anser att vår revision ger oss rimlig grund för våra uttalanden nedan.

Årsredovisningen och koncernredovisningen har upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och ger därmed en rättvisande bild av bolagets och koncernens resultat och ställning i enlighet med god redovisningssed i Sverige.

Vi tillstyrker att bolagsstämman fastställer resultaträkningen och balansräkningen för moderbolaget och för koncernen, disponerar vinsten i moderbolaget enligt förslaget i förvaltningsberättelsen och beviljar styrelsens ledamöter och verkställande direktören ansvarsfrihet för räkenskapsåret.

Stockholm 2002-02-19
ERNST & YOUNG AB

Magnus Fredmer
Auktoriserad revisor

Åke Hedén
Auktoriserad revisor

Styrelse



BJÖRN SVEDBERG

Styrelseordförande. Född -37

Civilingenjörsexamen från Kungliga Tekniska Högskolan i Stockholm och hedersdoktor i teknologi vid Universitetet i Lund.

Tidigare befattningar:

Koncernchef och ordförande för Ericsson samt koncernchef SEB.

Övriga väsentliga styrelseuppdrag:

Styrelseledamot i Investor AB, Gambro AB, SAAB, Knut och Alice Wallenbergs Stiftelse, ordförande i Hi3G Access AB.

Aktieinnehav: 3 400.



JAN RUDBERG

Ledamot. Född -45

Civilekonomexamen från Handels-högskolan i Göteborg.

Huvudsyssla: Executive VP, Telia AB.

Tidigare befattningar: VD Tele 2, vice VD Nordbanken AB, VD Enator AB, VD och Nordenchef Ericsson Information Systems, Sweden samt regionchef och marknadsansvarig IBM Svenska AB. Inga övriga väsentliga styrelseuppdrag.

Aktieinnehav: 0.



LARS BERG

Ledamot. Född -47

Civilekonomexamen från Handels-högskolan i Göteborg.

Tidigare befattningar: Medlem av Mannesmanns verkställande ledning med särskilt ansvar för Telekomdivisionen samt VD och koncernchef för Telia. Tidigare ledande befattningar inom Ericssonkoncernen.

Övriga väsentliga styrelseuppdrag i noterade bolag: Telefonica Moviles, Carnegie, Ratos, Schibsted, Net Insight AB, C.Technologies och Ledstiernan.

Aktieinnehav: 15 000.



LARS GULDSTRAND

Ledamot och verkställande direktör.

För personuppgifter, se koncernledning.

PER BYSTEDT

Ledamot. Född -65

Civilekonomexamen från Handels-högskolan i Stockholm.

Huvudsyssla: VD Spray AB.

Tidigare befattningar: vVD MTG AB, VD TV3 Broadcasting Group Ltd, VD ZTV AB.

Övriga väsentliga styrelseuppdrag:

Ledamot i Axel Johnson AB, Åhléns AB. Styrelseledamot i Eniro AB sedan 18 september.

Aktieinnehav: 0.

JOHN ABRAHAMSON

Ledamot. Född -57

Ekonomexamen från Universitetet i Lund.

Huvudsyssla: Chef Region Syd i SEB.

Tidigare befattningar: 16 år SEB-Gruppen, global chef för Corporate Finance samt vice VD Enskilda Securities AB, SEBs Investment bank.

Övriga väsentliga styrelseuppdrag:

Wireless Maingate AB, Member of Faculty, Wharton International Forum, styrelseledamot i Institutet för Ekonomisk Forskning i Lund.

Aktieinnehav: 5 000.

BENGT SANDIN

Arbetstagarnas representant i styrelsen. Född -52

Bengt Sandin har tidigare arbetat som säljare på Emfas och är idag heltids-engagerad som SIF-ordförande.

Aktieinnehav: 0.

MARIANNE NIVERT

VD och koncernchef i Telia, lämnade på egen begäran styrelsen den 6 december efter att Telia avyttrat sitt aktieinnehav i Eniro AB.

Koncernledning och operativ ledning

LARS GULDSTRAND

Verkställande direktör och koncernchef. Född -57

Masterexamen i företagsekonomi från California Coast University.

Eniro sedan start.

Tidigare befattningar: VD för Telia InfoMedia Reklam AB. VD Telia InfoMedia International AB. VD Telemedia North American LLC i USA. VD Din Del AB. Styrelseledamot i Eniro AB sedan starten. *Aktieinnehav:* 2 000 samt 25 000 teckningsoptioner.

LENNART BERNARD

Ekonomi- och finansdirektör.

Född -50

Civilekonom från Handelshögskolan i Stockholm. Eniro AB sedan november 2000.

Aktieinnehav: 600 samt 15 000 teckningsoptioner.

MATS EKLUND

Chef för marknad och affärsutveckling. Född -60

Civilekonom från Handelshögskolan i Göteborg. Eniro AB sedan september 2000.

Teckningsoptioner: 15 000.

MIKAEL ENGQVIST

Chefsjurist. Född -48

Jur.kand vid Uppsala universitet samt ett antal examina från Handelshögskolan i Stockholm. Eniro AB sedan juni 2000.

Teckningsoptioner: 15 000.

BERTIL LEVIN

Chef för organisationsutveckling, affärskoncept och Human Resources. Född -47

Ekonomexamen från Göteborgs universitet. Eniro AB sedan starten.

Teckningsoptioner: 15 000.



Operativ ledning den 1 februari 2002

PETER KUSENDAL

VD Eniro Sverige. Född -58

Aktieinnehav: 800 samt 15 000 teckningsoptioner.

BENGT DAHL

VD Eniro Danmark. Född -46

Aktieinnehav: 100 samt 10 000 teckningsoptioner.

ANDREW PYLYP

VD Wer Liefert Was? Född -61

Inget innehav av aktier eller teckningsoptioner.

FRANZ-FERDINAND KRESS

VD Eniro Windhager. Född -64

Inget innehav av aktier eller teckningsoptioner.

PÄR KEMPE

VD Eniro East och Eniro Finland.

Född -59

Aktieinnehav: 1 100 samt 15 000 teckningsoptioner.

ROGER ASPLUND

VD Eniro Polska. Född -61

Teckningsoptioner: 10 000.

PETER SCHULZE

VD Wer Liefert Was? Född -51

Inget innehav av aktier eller teckningsoptioner.

Bolagsstämma

BOLAGSSTÄMMA

Ordinarie bolagsstämma äger rum den 14 maj 2002. Tid och lokal meddelas i samband med kallelsen till bolagsstämman.

Deltagande

Aktieägare som vill delta i bolagsstämman skall

- dels vara införd i den av VPC AB förda aktieboken senast den 3 maj 2002,
- dels anmäla sin avsikt att delta i bolagsstämman senast kl 16.00 den 7 maj 2002 under adress: Eniro AB, Corporate Legal Affairs, Box 811, 161 24 Bromma eller per telefon 08-634 70 16, eller per fax 08-585 097 25, eller per e-post bolagsstamma@eniro.com

Förvaltarregistrerade aktier

Aktieägare som låtit förvaltarregistrera sina aktier måste i god tid före den 3 maj 2002 genom förvaltares omsorg tillfälligt inregistrera aktierna i eget namn för att ha rätt att delta vid bolagsstämman.

RAPPORTERINGSTILLFÄLLEN

Delårsrapport januari – mars	14 maj 2002
Delårsrapport januari – juni	14 augusti 2002
Delårsrapport januari – september	29 oktober 2002

SVERIGE

Eniro AB, Box 811, SE-161 24 Bromma
Besöksadress: Gustavslundsvägen 135, Alviks Strand
Tel: +46 8 634 70 00, fax: +46 8 585 090 15
E-post: info@eniro.com, hemsida: www.eniro.com

Eniro Sverige AB
Gula Sidorna, Box 811, SE-161 24 Bromma
Besöksadress: Gustavslundsvägen 135, Alviks Strand
Tel: +46 8 704 35 00, fax: +46 8 585 090 37
E-post: kundkontakt@eniro.com, hemsida: www.eniro.com

Eniro Sverige AB
Emfas.com, Box 811, SE-161 24 Bromma
Besöksadress: Gustavslundsvägen 135, Alviks Strand
Tel: +46 8 634 71 00, fax: +46 20 77 00 12
E-post: kundkontakt@eniro.com, hemsida: www.emfas.com

Din Del AB
Box 811, SE-161 24 Bromma
Besöksadress: Gustavslundsvägen 135, Alviks Strand
Tel: +46 8 634 64 00, fax: +46 8 636 64 60
E-post: info@dindel.se, hemsida: www.dindel.se

DANMARK

Eniro Danmark A/S, P.O. Boks 1921, DK-2300 Köpenhamn S
Besöksadress: Amager Boulevard 115
Tel: +45 88 38 38 00, fax: +45 88 38 38 10
E-post: eniro@eniro.dk, hemsida: www.eniro.dk

FINLAND

Oy Eniro Finland AB, Säterinkatu 6, FI-02600 Esbo
Tel: +358 2 01 110 510, fax: +358 2 01 110 511
E-post: info@eniro.fi, hemsida: www.eniro.fi

ESTLAND

Eniro Eesti AS, Madara 29, EE-190 03 Tallinn
Tel: +372 630 02 00, fax: +372 630 02 01
E-post: info@eniro.ee, hemsida: www.eniro.ee

AS Teabeliin, Madara 29, EE-190 92 Tallinn
Tel: +372 630 03 00, fax: +372 630 03 01
E-post: klient@teabeliin.ee, hemsida: www.1188.ee

LETTLAND

Eniro Latvija SIA, Maskavas 240, LV-1063 Riga
Tel: +371 702 08 00, fax: +371 102 08 21
E-post: info@eniro.lv, hemsida: www.eniro.lv

LITAUEN

Eniro Lietuva UAB, Zirmunu str. 68a, LT-2012 Vilnius
Tel: +370 2 361 000, fax: +370 2 361 001
E-post: info@eniro.lt, hemsida: www.eniro.lt

Eniro InfoMedija UAB, Zirmunu str. 68a, LT-2012 Vilnius
Tel: +370 278 00 00, fax: +370 273 09 53
E-post: info@eniro.infomedia.lt, hemsida: www.eniroinfomedia.lt

RYSSLAND

OOO Eniro Rus-M, Tverskaya ul. 16/2 bld.1, RU-103009 Moskva
Tel: +7 095 799 55 55/44, fax: +7 095 799 55 09
E-post: info@yellowpages.ru, hemsida: www.yellowpages.ru

OOO Eniro Rus-S, Shpalernaya ul.36, RU-191123 St. Petersburg
Tel: +7 812 279 82 10, fax: +7 812 279 82 40
E-post: info@eniro.ru, hemsida: www.eniro.ru

VITRYSSLAND

JV Eniro Belfakta, Mendeleeva 13, BY-220 037 Minsk
Tel: +375 17 235 35 15, fax: +375 17 235 23 43
E-post: info@eniro.by, hemsida: www.eniro.by

UKRAINA

Eniro Ukraina, Lesi Ukrainki blvd. 34, UA-01133 Kiev
Tel: +380 44 295 33 64, fax: +380 44 573 97 57
E-post: info@eniro.com.ua, hemsida: www.eniro.com.ua

TYSKLAND

Wer lifert was? GmbH, P.O.Box 100549, DE-20537 Hamburg
Besöksadress: Normannenweg 16-20
Tel: +49 40 25 440 0, fax: +49 40 25 440 100
E-post: info@wlw.de, hemsida: www.wlw.de

Eniro Windhager Mediengruppe GmbH
Holderäckerstr. 4, DE-70499 Stuttgart
Tel: +49 711 8 369 0, fax: +49 711 8 369 105
E-post: all-www@windhager.de, hemsida: www.windhager.de

POLEN

Panorama Polska Sp.z.o.o
ul. Domaniewska 41, PL-02-672 Warszawa
Tel: +48 22 542 2000, fax: +48 22 542 2001
Hemsida: www.pf.pl



Eniro AB, Box 811, SE – 161 24 Bromma
Besöksadress: Gustavslundsvägen 135, Alviks Strand
Tel: +46 8 634 70 00, fax: +46 8 585 090 15
E-post: info@eniro.com, hemsida: www.eniro.com