

# MIO



ÅRSREDOVISNING 2005/2006

## **INNEHÅLL**

**VD KOMMENTAR 4 VISION OCH STRATEGIER 6 ORGANISATION OCH FÖRSÄLJNING 8**

**SORTIMENT 12 MARKNADSKOMMUNIKATION 14 BUTIKER 16**

**FÖRVALTNINGSBERÄTTELSE 20 KONCERNENS RESULTATRÄKNING 21**

**KONCERNENS BALANSRÄKNING 22 KONCERNENS KASSAFLÖDESANALYS 24**

**MODERBOLAGETS RESULTATRÄKNING 25 MODERBOLAGETS BALANSRÄKNING 26**

**MODERBOLAGETS KASSAFLÖDESANALYS 28 NOTER 29**

**REVISIONSBERÄTTELSE 33 STYRELSE 34**

## 2005/2006 I SAMMANDRAG

Mio-kedjans försäljning till konsument uppgick till 1 775 Mkr (1 607) exklusive moms – en ökning med 10,5 procent jämfört med föregående år. För jämförbara butiker ökade försäljningen med 8,4 procent.

Försäljningen i Mio AB:s egna butiker ökade med 41 procent, inklusive ny tillkomna butiker. Mio AB:s egna butiker står för 25 procent av kedjans totala försäljning till konsument.

Mio-koncernens omsättning, som omfattar Mio AB och Mios egna butiker, uppgick till 1 306 Mkr (1 142) exklusive moms – en ökning med 14 procent.

Mio-koncernens rörelseresultat blev 6,4 Mkr (8,9).

Mio-koncernen har sin största butik i Kungens Kurva i Stockholm. Den öppnade i januari 2006. Nyetableringen har blivit en stor framgång. Franchisebutikerna i Växjö och Jönköping har förvärvats.

Mio ombildades från frivillig fackhandelskedja till en detaljhandelskedja med franchisekoncept. Franchiseavtalet gäller från och med 1 maj 2006. Samma villkor gäller för såväl Mios egna butiker som för franchisebutiker.

En hög utvecklingstakt för Mios franchisekoncept har medfört att kedjans centrala funktioner har förstärkts.



## EN LEDANDE DETALJHANDELS- KEDJA FÖR MÖBLER OCH HEMINREDNING

**MED 66 BUTIKER ÄR MIO EN AV SVERIGES LEDANDE DETALJ-  
HANDELSKEDJOR FÖR MÖBLER OCH HEMINREDNING. MIO AB  
ÄR FRANCHISEGIVARE SOM UTVECKLAR MIOS KONCEPT SAMT  
DRIVER 16 EGNA BUTIKER. ÖVRIGA BUTIKER I MIO-KEDJAN ÄGS AV  
FRANCHISETAGARE OCH DRIVS MED FRANCHISEAVTAL.**

## HÖG UTVECKLINGSTAKT OCH BRA FÖRSÄLJNINGÖKNING

Vår vision är att inspirera kunderna att förnya sina hem. Det ska vi åstadkomma genom att skapa hemtrivsel och ge ett bemötande så att kunderna får lust att komma tillbaka till butiken.

Just bemötandet är avgörande för vad kunderna tycker om Mio. Därför lägger vi stor vikt vid att utveckla kundservicen och erbjuda fler tjänster, exempelvis inredningshjälp. I detta ligger även en omfattande satsning på kompetensutveckling av medarbetarna. Mio ska bli branschens bästa serviceföretag och medarbetarna har en nyckelroll.

Detta är en del av den förändring och utveckling som i hög grad har präglat året. Mio är nu mitt inne i den process, där vi ska förflytta oss från en traditionell möbelhandlarposition till en modern heminredningskedja med livet hemma hos kunden i fokus.

### STARK UTVECKLING FÖR MIOS BUTIKER

En förändring ställer stora krav på våra medarbetare. Därför är det extra glädjande att vi har ökat försäljningen i Mio-kedjan, inklusive egna butiker och franchisebutiker, med 10,5 procent eller 168 miljoner kronor exklusive moms jämfört med föregående år.

Särskilt starkt har de butiker som ägs av Mio utvecklats. Där har konceptutvecklingen kommit långt, liksom styrning med hjälp av nyckeltal på butiksnivå som exempelvis avslutsfrekvens. Inklusive nytillkomna butiker ökade försäljningen för Mios egna butiker med 41 procent jämfört med föregående år.

## FRANCHISE GER NYA MÖJLIGHETER

Under året har Mio ombildats från frivillig fackhandelskedja till en kedja med egna butiker och franchisebutiker. Franchiseavtal har tecknats med samtliga butiker. Vi har nu ett tydligt, centralt hanterat Mio-koncept som ska integreras i samtliga butiker. Samtidigt behålls den lokala drivkraften genom franchise-tagarnas entreprenörskap.

Som franchisekedja blir Mio mer attraktivt för nya entreprenörer. Diskussioner förs i dag med tänkbara blivande franchisetagare på intressanta orter. Under

våren har avtal tecknats med en ny stor franchisetagare i Umeå. Ett finansiellt starkt Mio AB ger möjligheter för nyetableringar och omlokaliseringar till bästa affärs läge av Mios egna butiker.

Antalet Mio-ägda butiker har på fem år mer än fördubblats. Den 30 april 2006 ägde Mio 15 butiker och vi har därefter förvärvat franchisebutiken i Kalmar. Under 2005-2006 förvärvades franchisebutikerna i Växjö och Jönköping. Med stor framgång etablerade vi en ny butik i Kungens Kurva, Stockholm. Vi bedömer att butiken redan i år kommer att visa positivt rörelseresultat.

### FORTSATT HÅRD KONKURRENS

Konkurrensen på heminredningsmarknaden är mycket hård. Nyetablerade fristående heminredningsbutiker, ofta med cityläge, tar marknadsandelar. Branschglidningen är omfattande, allt fler aktörer väljer att komplettera sitt sortiment med möbler och heminredning. Det innebär fler valmöjligheter för konsumenten, men bidrar även till att bibehålla och öka det stora intresset för heminredningsprodukter. Vår bransch är en av de som växer allra mest inom detaljhandeln.

Mios försäljningsökning till trots utvecklades vi under kalenderåret 2005 något sämre än branschen som helhet. Traditionella möbelkedjor som EM och Svenska Hem hade en sämre tillväxt än Mio, medan Ikea ökade mer.

Genom vår satsning på utveckling och expansion har resultatet, trots ökade volymer, minskat till 6,4 miljoner kronor (8,9). Den centrala serviceorganisationen har förstärkts för att möta butikernas behov av ett mer kraftfullt Mio-koncept inom alla områden. Kostnader har tagits för nyetableringen i Kungens Kurva. Vi har också ökat reklaminvesteringarna, vilket har gjort Mio mer synligt och ökat antalet besökare i butikerna med tio procent.

Vår främsta utmaning nu är att etablera och stärka ett gemensamt agerande i hela kedjan samt höja servicenivån. Sammantaget med de åtgärder vi redan har vidtagit kommer det att stärka Mios position för fortsatt tillväxt.

**Magnus Dahl**  
VD och koncernchef Mio AB

**VD  
MAGNUS DAHL  
OM  
UTVECKLINGEN**



**”VI SKA FÖRFLYTTA MIO FRÅN EN TRADITIONELL  
MÖBELHANDLARPOSITON TILL ATT VARA EN  
MODERN HEMINREDNINGSKEDJA MED LIVET  
HEMMA HOS KUNDEN I FOKUS”**

**MIOS VISION** är att inspirera kunderna att förnya sina hem. Visionen förstärks av Mios värderingar: personligt, kvalitet och stilsäkert. Visionen och värderingarna ligger till grund för all utveckling och avspeglas i allt från sortiment till butikskoncept och kundbemötande.

**MIOS AFFÄRSIDÉ** är att vara det självklara valet när det gäller heminredning för kvalitetsmedvetna kunder med moderna värderingar. Mio ska erbjuda marknadens bästa service.

**MIOS MÅL** är att vara en välutvecklad och lönsam detaljhandelskedja med starka finanser och hög effektivitet. Mio ska stå för kvalitet när det gäller design, sortiment och kundservice och ha en stark position bland konsumenterna som ett ledande varumärke för möbler och heminredning. Försäljningsmålet är en genomsnittlig försäljningsökning på fyra procent per år i befintliga butiker, samt ytterligare tillväxt genom nyetableringar och omlokaliseringar av befintliga butiker till bästa affärsläge.

## STRATEGIER FÖR ATT NÅ MÅLEN

- Att erbjuda branschens bästa service och kundbemötande
- Att erbjuda inspirerande butiker som väcker köplust
- Att erbjuda marknadens bästa sortiment för vardagsrum, matplats, sovrum samt belysning
- Att ha hög tillgänglighet och bästa affärsläge

**MIO AB HADE DEN 30 APRIL 2006 TOTALT 106 AKTIEÄGARE. ÄGARNAS UTGÖRS I HUVUDSAK AV KEDJANS FRANCHISETAGARE. 29 AKTIEBOLAG, SOM DRIVER 46 FRANCHISEBUTIKER, ÄGDE TILLSAMMANS 83 PROCENT AV MIO AB. BLAND ÖVRIGA AKTIEÄGARE FINNS FRAMFÖR ALLT PRIVATPERSONER SOM ÄR ANSTÄLLDA I MIO-KEDJAN. MEDARBETARE KAN ENLIGT STYRELSEBESLUT 2003 ERBJUDAS ATT KÖPA AKTIER I MIO AB UNDER VISSA FÖRUTSÄTTNINGAR.**

## VISION

## AFFÄRSIDÉ

## MÅL

**MIO BILDADES** 1962 när ett tiotal möbelhandlare i södra Sverige bestämde sig för att samarbeta kring gemensamma inköp. Syftet var att få upp inköpsvolymerna och därmed kunna pressa priserna. Namnet Mio kommer från det från början mer otympliga Möbelhandlarnas Inköpsorganisation.

Det dröjde inte länge förrän samarbetet utvecklades. Samtidigt anslöt sig allt fler möbelhandlare, som såg fördelarna med att samarbeta. En gemensam logotyp togs fram, vilken följdes av flera. Nuvarande logotyp formgavs i





LIVET HEMMA

**VÅREN 2006 BLEV MIO DEN FÖRSTA MÖBEL- OCH HEMINREDNINGSKEDJAN I NORDEN SOM OMVANDLATS FRÅN FRIVILLIG FACKHANDELSKEDJA TILL EN KEDJA MED ETT FRANCHISE-KONCEPT FÖR BÅDE EGENÄGDA BUTIKER OCH FRANCHISEBUTIKER.**

slutet av 1970-talet. Sedan dess har den bestått och betraktas i designsammanhang som en klassiker.

Mios första gemensamma katalog gavs ut 1977. 1990 beslutade kedjan att satsa på gemensam marknadsföring. Det ledde till att varumärket Mio snabbt stärktes och konsumenterna började att betrakta Mio som en enhetlig kedja med samma erbjudande landet runt. Utvecklingen har fortsatt med gemensamt butikskoncept, gemensamt sortiment och gemensamt kundserviceerbjudande.

1994 bildades Mio Butiksinvest AB, ett riskkapitalbolag som möjliggjorde nysatsningar och 1995 etablerades bolagets första majoritetsägda butik.

Mio Butiksinvest AB fusionerades 2005 med Mio AB, som i dag äger 16 butiker.

1 maj 2006 blev Mio den första möbel- och heminredningskedjan i Norden som ombildades från frivillig fackhandelskedja till en kedja med franchisekoncept för egna butiker och franchisebutiker.



**DET NYA BUTIKSKONCEPTET HAR ÖKAT ANDELEN BESÖKARE SOM HANDLAR**

**FRANCHISEAVTALET SÄKERSTÄLLER ATT  
UTVECKLINGEN OCH DRIFTEN AV BUTIKERNA  
SKER I ENLIGHET MED MIOS KONCEPT**



## KEDJA MED EGNA BUTIKER OCH FRANCHISEBUTIKER

Mio fattade 2005-2006 beslut om samt genomförde ombildningen från frivillig fackhandelskedja till en kedja med egna butiker och franchisebutiker. Franchiseavtal har undertecknats under våren och från och med 1 maj 2006 är Mio AB franchisegivare.

I Mio-kedjan ingår 50 butiker ägda av franchise-tagare. En majoritet av dessa är också delägare i Mio AB. Mio AB äger 16 butiker. Även dessa arbetar enligt franchiseavtalet och drivs under samma villkor som franchisebutikerna.

Med franchiseavtalet har Mio säkrat befintliga butikslägen. I de fall franchisetagaren vill avyttra eller avveckla verksamheten har Mio förköpsrätt samt rätt att ta över eventuella hyreskontrakt. Franchiseavtalet säkerställer att utvecklingen och driften av butikerna sker i enlighet med Mios totalkoncept.

Franchiseavtalen löper på fem år. I samband med att de trädde i kraft förändrades sättet att finansiera Mio AB:s verksamhet. Intäkterna består nu i huvudsak av avgifter från franchisetagarna. Avgifterna är procentuella och baseras på butikernas omsättning. Avgiftssystemet gäller lika för franchisebutiker och Mios egna butiker. Mio AB fungerar även som grossist för butikerna.

### NYTT BUTIKSKONCEPT GER HÖJD AVSLUTSFREKVENS

Mio-kedjans samtliga butiker (Mios egna butiker och franchisebutiker) hade en försäljning till konsument på 1 775 Mkr (1 607) exklusive moms.

Försäljningen i Mios egna butiker uppgick till 447 Mkr (317) exklusive moms, en ökning med 41 procent. I försäljningssiffran ingår en nyöppnad butik samt två butiker som förvärvades under 2005-2006.

Av försäljningen i Mios egna butiker stod de fem butiker som ligger i Stockholm för över 60 procent.

Franchisebutikerna i Växjö och Jönköping förvärvades under året. Våren 2006 genomfördes även köp av franchisebutiken i Kalmar.

I januari 2006 öppnades en ny Mio-ägd butik i Kungens Kurva i Stockholm. Butiken är Mio-koncernens största, både till yta och omsättning och inredd enligt det nya butikskonceptet. Försäljningsutveck-

lingen har varit stark och liksom i den Mio-ägda butiken i Täby är avslutsfrekvensen, det vill säga hur många besökare som väljer att handla, högre än i övriga Mio-ägda butiker i Stockholm. Detta kan tillskrivas butikskonceptet, vars utveckling påbörjades i och med butiken i Täby.

Samtidigt med öppningen i Kungens Kurva stängdes butiken i Vårby. Hösten 2006 görs en liknande omlokalisering i Stockholm för att nå bästa affärsläge, från Veddesta till Barkarby. Fler omlokaliseringar kan bli aktuella i övriga delar av landet.

Franchisebutikernas försäljning uppgick till 1 328 Mkr (1 290) exklusive moms, en ökning med tre procent. Flera franchisetagare har under året fattat beslut om och även påbörjat investeringar i nya affärslägen. I Borås öppnades en ny franchisebutik i augusti 2006 och nästa år öppnas butik i Luleå.



### KRAFTIG FÖRSTÄRKNING AV CENTRALA ORGANISATIONEN

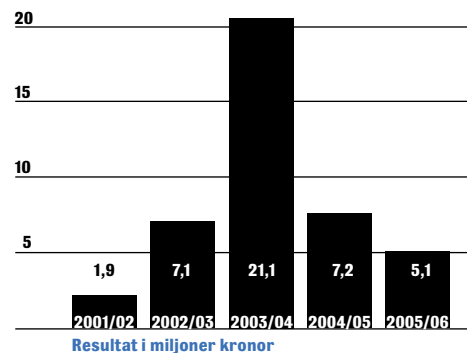
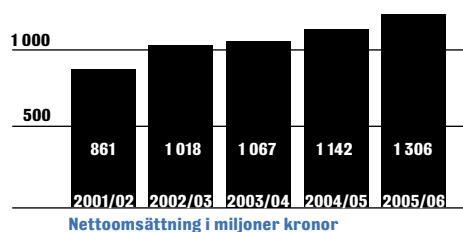
Mios affärsmodell bygger på kunskap om och kontroll över hela värdekedjan; från sortimentsuppbyggnad och inköp till marknadsföring och försäljning. De egna butikerna ger god marknadskännedom och känsla för vilka produkter och vilken service kunderna efterfrågar. Den centrala serviceorganisationen svarar för sortiment, inköp, kvalitetskontroll och distribution samt tar fram och utvecklar koncept, butikskommunikation, marknadskommunikation och administrativa rutiner.

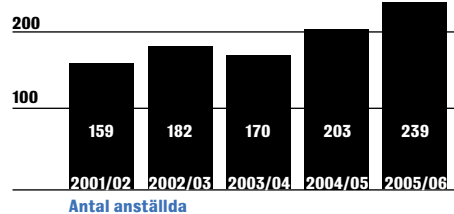
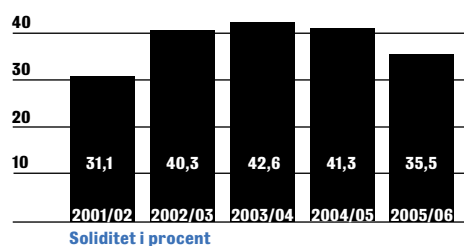
Centrala serviceorganisationen har förstärkts, främst inom sortiment och marknad. Organisationen har också förstärkts för att tillgodose utbildningsbehovet när ett nytt affärs- och butiksdatasystem införs i butikerna. Under 2005-2006 tog de fyra första butikerna systemet i drift. Enligt plan ska alla butiker vara driftsatta år 2010.

**INTERIÖRER MED KOMPLETTA  
RUMSLÖSNINGAR I MIO'S  
FEM INREDNINGSTILAR GÖR  
DET LÄTT FÖR KUNDERNA ATT  
APPLICERA IDÉERNA PÅ DET  
EGNA HEMMET**



**TABELLERNAS AVSER MIO-KONCERNEN  
(MIO AB INKLUSIVE EGNA BUTIKER):**







## FEM STILAR GER BRETT KUNDERBJUDANDE

Mios målgrupp är alla som är intresserade av heminredning och livet hemma. Kunderna är medvetna och välinformerade, efterfrågar kvalitet utifrån vilken funktion produkten ska ha i hemmet, samt sätter värde på form och design. Detta avspeglar sig i Mios sortiment.

2004-2005 gjordes en omfattande översyn av produktsortimentet, vilket resulterade i en ny sortimentsstruktur. Sortimentsutvecklingen har fortsatt under 2005-2006.

Sortimentet byggs upp utifrån fem inredningsstilar som bedömts vara långsiktigt hållbara och utvecklingsbara. Inom varje stil finns tre pris- och kvalitetsnivåer för att ge kunderna ett brett urval. Alla kunder kan få hjälp att hitta sin personliga stil samtidigt som koordineringen av samtliga produkter inom respektive stil gör det enklare att inreda.

Indelningen i stilar bidrar till större effektivitet i butikerna. Exponeringen underlättas, liksom försäljningsarbetet. Stilarna utgör också en viktig del av Mios marknadskommunikation.

## MIO SKA UTVECKLA PRODUKTER I EGEN DESIGN

Strategiskt byggs sortimentet utifrån en produktpositionering som står på fyra ben: Volymprodukter, imageprodukter, snabbrotliga produkter som startar köpprocessen samt produkter som försvarar marknadsandelar på orter där konkurrenstrycket så kräver.

Sortimentet har fördjupats med fler produkter i främst det övre pris- och kvalitetssegmentet. Utbudet har ökat inom produktområdena vardagsrum, matplats och belysning i enlighet med både de strategiska målen och kundernas efterfrågan. Inredningsaccessoarer med hög omsättningstakt ökar. Generellt gäller att takten i produktutvecklingen går snabbare som en följd av att heminredning allt mer handlar om mode och trender. Kunderna efterfrågar ständig förnyelse.

Andelen produkter som är unika hos Mio ökar. Arbetet har påbörjats för att utveckla produkter med egen formgivning. Varumärket ska tydliggöras genom emballage och förpackningar.



MODERN STIL



ROMANTISK STIL



KLASSISK STIL

Av kedjans totala försäljning svarade Mio-sortimentet för 85 procent, en ökning med tre procent jämfört med 2004-2005. Målsättningen är att Mio-sortimentet inom fem år ska utgöra 100 procent av försäljningen till konsument i kedjans butiker.

Leverantörerna finns i Sverige, övriga Norden, Europa och Asien. Mio-unika produkter och designrättigheter ger ökade möjligheter till effektivare och mer flexibla inköp.

**MIO-SORTIMENTETS ANDEL  
I PROCENT AV FÖRSÄLJNINGEN  
I KEDJANS SAMTLIGA BUTIKER**

<b>2005/2006</b>	<b>85,0%</b>
<b>2004/2005</b>	<b>81,9%</b>
<b>2003/2004</b>	<b>80,4%</b>
<b>2002/2003</b>	<b>77,9%</b>
<b>2001/2002</b>	<b>70,9%</b>

## **FEM STILAR**

**MODERN** En stil som förnyas ofta. För kunder som söker det senaste. Välpolerade ytor, strama former och kontraster mellan olika material skapar en urban känsla. Exklusivitet hör till looken. Modern stil står för cirka 30 procent av Mios försäljning.

**SKANDINAVISK** Tidlöst och alltid rätt inte bara i vår nordliga del av världen. För kunder med smak för ljusa träslag, rena linjer och enkla former. Stilen andas kvalitet och naturlighet. Skandinavisk är den stil som tillsammans med modern säljer bäst.

**KLASSISK** Är precis som namnet säger en stil som står sig. För kunder som vill skapa ett ombonat, tryggt och generöst hem. Kvalitet i material och tillverkning för att åldras vackert. Stilen har en engelsk touch. Intresset för den klassiska stilen ökar.

**ROMANTISK** Nostalgi på hög nivå för kunder som vill ha en somrig atmosfär året om. Sirligt och dekorerat med klar sekelskifteskänsla. Mycket vitt, pasteller och blommönster. Romantisk stil står för cirka 15 procent av försäljningen.

**RUSTIK** En stil som står på stadiga ben med influenser från kolonialtiden. För kunder som söker en genuin och lite lantlig look. Mörka träslag och läder, gärna med redan färdig patinering för ett levande hem. Den rustika stilen är en trend som ligger helt rätt i tiden.



## BRANSCHENS STÖRSTA ANNONSÖR

Ett nytt reklamkoncept med temat "Möbler som klär dig" introducerades i augusti 2005. Samtidigt bytte Mio mediestrategi samt ökade sina investeringar i reklamutrymme.

Mediestrategin innebär att Mio har valt TV som sitt huvudmedia, i första hand kanaler som når alla svenska hushåll. Därmed går kommunikationen rätt in i vardagsrummet hos konsumenterna, samtidigt som Mio-butikerna i hela landet ges ett kraftfullt reklamstöd. Dagspressannonsering i de dominerande tidningarna i samtliga marknadsområden med Mio-butiker kompletterar och ger stöd.

Satsningen har gjort Mio till möbel- och heminredningsbranschens största annonsör\*. Under året har 96 procent av alla kvinnor i åldern 30 till 55 år sett Mios TV-reklam minst en gång. 87 procent av samma målgrupp har sett reklamen minst tio gånger.

Investeringen i reklam har ökat antalet besök i butikerna över hela landet. I snitt har besöksantalet ökat med tio procent.

### NUMMER TVÅ I VARUMÄRKESKÄNNEDOM

Mio vill positionera sig som modeföretaget i heminredningsbranschen. Detta understöds av reklamkonceptet som går igen i all marknadskommunikation.

Bland konsumenterna behåller och förstärker Mio sin position som det näst mest kända varumärket i branschen. Mätningar visar också att konsumenterna förknippar Mio med kvalitet i högre grad än något annat av branschens varumärken.

## MIO-KUNDEN ÄR ROAD AV HEMINREDNING

Den genomsnittliga Mio-kunden är kvinna, mellan 30 och 55 år, lever i en relation och har barn. Hon bor i villa eller bostadsrätt och har god ekonomi. Intresset för hemmet och inredning är stort och hon spenderar relativt sett mycket pengar på möbler och heminredning. Det är även hon som oftast tar initiativet till att förnya hemmet.

En tydlig trend är kundens allt mer noggranna förberedelser inför köpet. Marknaden undersöks noga

innan beslut, inte minst via internet. Antalet besök som en kund gör i butik innan köpbeslut fattas har minskat till förmån för antalet besök på webbplatsen. Att besöksantalet i Mios butiker ändå ökar är ett tydligt tecken på att man i dag når fler kunder.

Mios webbplats spelar en viktig roll i den totala kommunikationsmixen. Antalet besök på webbplatsen uppgick till 3,3 miljoner – en ökning för andra året i rad med nära 50 procent. Mios nyhetsbrev via e-post hade 56 000 prenumeranter jämfört med 38 000 föregående år.

### KATALOG OCH PR BYGGER VARUMÄRKET

Den enskilt största kommunikativa insatsen är Mios katalog. Arbetet med den koncentreras till våren med en omfattande insats i fotostudion vid centrala serviceorganisationens kontor i Tibro.

Katalogen som färdigställdes under våren 2006 är den 30:de i ordningen.



Den har tryckts i 1,1 miljoner exemplar och distribuerats till butiker och kunder över hela landet i mitten av augusti 2006.

Genom PR-insatser riktade till inredningsmedia och populärpress får Mio stor redaktionell uppmärksamhet. Mios sortiment förekommer i ett stort antal inredningsreportage och bland tidningarnas tips om produktnyheter och trendinformation. Jämfört med föregående år har antalet redaktionella publiceringar med Mio-produkter ökat med 160 procent. Förklaringen är en hög servicegrad gentemot media och ett sortiment som ligger väl i linje med rådande inredningsmode.





**MÖBLER SOM KLÄR DIG**

Ett unikt samarbete inleddes under året med Sköna hem, Sveriges största inredningstidning. För Mio är det ett sätt att profilera sig mot en inredningsintresserad och viktig kundgrupp. Samarbetet bidrar till att konsumenterna får en modernare syn på Mios varumärke.

Under året resulterade samarbetet i en halvårslång tävling på Sköna hems webbplats, där Mio-produkter

utgör vinster och lyfts fram som "månadens val" av Sköna hems inredare. Dessutom har inredare från Sköna hem inrett miljöer och tolkat Mios fem stilar i nya butiken i Kungens Kurva, Stockholm. Det ger kunderna inspiration och miljöerna byggs upp även i övriga butiker.

\*Enligt Sifo Research Internationals mätning av bruttoinvesteringar i medieutrymme.



## ANDELEN MIO-ÄGDA BUTIKER VÄXER

### ANTAL BUTIKER I KEDJAN

**66** 2005/2006  
**68** 2004/2005  
**68** 2003/2004  
**70** 2002/2003  
**73** 2001/2002

### ANTAL AV DESSA SOM ÄGS AV MIO

**15** 2005/2006  
**13** 2004/2005  
**10** 2003/2004  
**10** 2002/2003  
**7** 2001/2002

## **BUTIKER I STÄNDIG UTVECKLING**

Mios vision att kunderna ska inspireras att förnya sina hem, ställer stora krav på medarbetarna i butikerna. Det är i mötet mellan kund och medarbetare som kundens syn på Mios varumärke avgörs. En inspirerande och lättnavigerad butiksmiljö och ett serviceinriktat och kompetent bemötande har mycket stor betydelse för hur nöjd kunden känner sig.

För att stärka butikerna i kundmötet har Mio under året prioriterat utveckling av butikskonceptet. En ny organisation för butiksutveckling och butikskommunikation har byggts upp och kompetensen inom området har höjts.

Rent fysiskt inleddes arbetet med butikskonceptet när butiken i Täby (Stockholm) etablerades i mars 2005, men först i samband med etableringen av butiken i Kungens Kurva (Stockholm) applicerades butikskonceptet i full skala.

Hur väl ett butikskoncept fungerar kan mätas i form av försäljning, kundens upplevelse och hur effektiv butiksdriften är. I Kungens Kurva är resultatet bra utifrån alla dessa kriterier. En mycket bra försäljningsutveckling är det mest konkreta beviset på bärigheten i det nya butikskonceptet.

Butikskonceptutvecklingen fortsätter, främst avseende den egendesignade butiksinredningens kvalitet och funktion. Nya enheter och avdelningar utvecklas i takt med att ytterligare produktområden introduceras. I nya butiken i Barkarby (Stockholm) med planerad öppning i oktober 2006 kommer butikskonceptet att ha genomgått ytterligare finslipning.

Konceptet ska även anpassas för butiker med mindre försäljningsytor. På sikt ska butikskonceptet införas i samtliga butiker, men dessförinnan ska konceptet kvalitetssäkras fullt ut genom en omfattande studie av hur kunderna upplever konceptet.

### **KUNDVARVET SKAPAR FÖRSÄLJNINGSTRYCK**

Butikskonceptet är uppbyggt kring det så kallade kundvarvet, som är ett sätt att strukturera butiksytan så att det är enkelt för kunderna att hitta vad de söker.

Utmed kundvarvet finns både inspirationsytor och rena försäljningsytor. Interiörer med kompletta rums-

lösningar i Mios fem inredningsstilar gör det lätt för kunderna att applicera idéerna på det egna hemmet. Samtidigt ska kundvarvet vara kommersiellt genom olika mediaplatser, det vill säga ytor i butiken som direkt kommunicerar till kunden. Här presenteras exempelvis pågående kampanj eller butikens bästa erbjudande.

Ett kommande utvecklingsområde för butikskonceptet är den exteriöra profilen. Här ska Mio ha en tydlig arkitektur och exponering för att ytterligare förstärka sin position i respektive handelsområde.

## **MIO SKA GE BÄST KUNDSERVICE**

Kundservicepaketet, Mio Support, har utvecklats för att kunna erbjuda kunderna ett större utbud av service och tjänster. En ny inredningstjänst erbjuds, där kunden kan välja fri rådgivning på plats i butiken eller hembesök mot en timersättning. I Mio Support ingår även villkor för hemleverans, monteringshjälp, lån av släpkärra och olika former av betalningserbjudande.

Från och med katalogutgivningen i augusti 2006 införs en prisgaranti, där kunderna får mellanskillnaden tillbaka om den vara de köpt prissänks inom 30 dagar från leverans.

Nöjd-kund-garanti är en annan nyhet som ger kunder möjlighet att ringa ett särskilt telefonnummer till Mios centrala serviceorganisation där deras ärenden hanteras på ett så bra och likformigt sätt som möjligt. Mio har sedan tidigare en centralt uppbyggd kundservice för samtliga butiker för att öka tillgängligheten via e-post och telefon.

### **KOMPETENSUTVECKLING EN VIKTIG ÅTGÄRD**

Alla medarbetare i Mio-kedjans butiker erbjuds utbildning och kompetensutveckling via Mio-skolan. Ungefär en femtedel av medarbetarna, cirka 200 personer, har genomgått någon av Mio-skolans kurser under året.

Utbildningsprogrammet omfattar affärsutveckling och ledarskap, säljutbildning, butikskommunikation och inredningskompetens. För att kunna erbjuda utbildningar med kvalitet använder sig Mio av både intern och extern kompetens. Ett exempel är utbildningen i två steg för att bli diplomerad Mio-inredare, som har lagts upp i samarbete med tidningen Sköna hem.





**BUTIKEN I KUNGENS KURVA, STOCKHOLM, HAR EN FÖRSÄLJNINGSYTA PÅ 5 500 KVADRATMETER**

**INFORMATION TILL BUTIKERNA OM FÖRSÄLJNINGSENTVECKLING, KONCEPT-  
UTVECKLING OCH MARKNADSKOMMUNIKATION GES VIA INTRANÄTET, I DET  
INTERNA NYHETSBRIVET MIONEWS, I TIDNINGEN MIOGRAFEN SAMT I INFOR-  
MATIONSMATERIAL INFÖR VARJE KAMPANJ**

**MIOS NYA  
BUTIKSKONCEPT  
APPLICERADES  
I FULL SKALA  
NÄR BUTIKEN I  
KUNGENS KURVA  
INVIGDES I  
JANUARI 2006**

**HANDELN KONCENT-  
RERAS ALLT MER  
TILL HELGERNA. 75  
PROCENT AV VECKO-  
FÖRSÄLJNINGEN I  
BUTIKEN I KUNGENS  
KURVA SKER UNDER  
FREDAG, LÖRDAG  
OCH SÖNDAG**



**DE MIO-ÄGDA BUTIKERNAS ANDEL AV  
KEDJANS TOTALA FÖRSÄLJNING I PROCENT**

**25,2 % 2005/2006**  
**22,6 % 2004/2005**  
**20,3 % 2003/2004**  
**18,8 % 2002/2003**  
**14,9 % 2001/2002**

# FÖRVALTNINGSBERÄTTELSE

## Verksamhet

Mio är landets största butikskedja för möbler och heminredning. Kedjans butiker har en total omsättning på nära 1,8 miljarder kronor exklusive mervärdesskatt. Mio AB:s verksamhet baseras på att som franchisegivare ansvara för kedjans utveckling och support av olika koncept. Dessa koncept består i huvudsak av profilering, marknadsföring, sortiment, inköp, logistik, butiksdrift, utbildning och informationssystem. Butikerna är anslutna till Mio-kedjan genom franchiseavtal. Vid bokslutstillfället ingick i koncernen tio verksamma butiksbolag omfattande 15 butiker samt två fastighetsbolag. Mio AB:s ägda butiker opererar under samma villkor som de 51 franchisebutikerna.

## Väsentliga händelser under och efter räkenskapsåret

### Koncernen

Under året har dotterföretag dels etablerat verksamhet i Kungens Kurva, Stockholm, och dels har förvärv skett av franchisetagares rörelser i Växjö och Jönköping. Under verksamhetsåret har Mio Butiksinvest AB fusionerats med Mio AB.

### Moderbolaget

Det samarbetsavtal som tidigare funnits mellan bolaget och anslutna butiksbolag, har nu ersatts av ett rent franchiseavtal. Detta innebär att bolaget numera är franchisegivare och anslutna butiksbolag således är franchisetagare. Utrullning av Mio-kedjans gemensamma affärssystem Movex har enligt plan påbörjats hos bolagets franchisetagare under våren 2006.

### Ägarförhållanden

Vid bokslutstillfället ägs Mio AB av 106 aktieägare där 29 butiksbolag har en aktieandel om cirka 83 procent. Övriga aktieägare består huvudsakligen av privatpersoner som är anställda inom Mio-kedjan.

### Butiker

I Sverige finns Mio representerat på 66 försäljningsställen.

### Framtida utveckling

Mio-kedjans arbete med inriktning mot framtiden omfattar bland annat:

- Förstärkning av butiksnätet, särskilt inom de större tillväxtregionerna
- Fortsatt utveckling av kedjans olika koncept med särskilt fokus på bland annat inköpsprocesserna
- Införande av det nya affärssystemet i kedjans butiker

## Förslag till vinstdisposition (kr)

Till årsstämman förfogande står följande vinstmedel:

Balanserade vinstmedel	48 423 209
Årets vinst	6 190 470
	<b>54 613 679</b>
Styrelsen föreslår att vinstmedlen disponeras så att till aktieägarna utdelas 1 kr per aktie, totalt	1 785 280
i ny räkning överförs	52 828 399
	<b>54 613 679</b>

## Styrelsens yttrande över koncernbidrag

Koncernbidrag har, under förutsättning av årsstämman godkännande, lämnats med 1 802 000 kronor vilket föranlett att fritt eget kapital per balansdagen, efter beaktande av skatteeffekten, reducerats med 1 297 440 kronor. Den föreslagna värdeöverföringen i form av koncernbidrag reducerar bolagets soliditet till 41,6 procent. Soliditeten är mot bakgrund av att bolagets verksamhet fortsatt bedrivs med lönsamhet betryggande. Likviditeten i bolaget bedöms kunna upprätthållas på en likaledes betryggande nivå. Styrelsens uppfattning är att den föreslagna utdelningen i form av koncernbidrag, ej hindrar bolaget från att fullgöra sina förpliktelser på kort och lång sikt, ej heller att fullgöra erforderliga investeringar. Den föreslagna värdeöverföringen kan därmed försvaras med hänsyn till vad som anförs i ABL 17 kap 3 § 2-3 st. (försiktighetsregeln).

## Styrelsens yttrande över den föreslagna vinstutdelningen

Efter föreslagen utdelning till aktieägarna uppgår bolagets soliditet till 41,2 procent och koncernens soliditet till 35,1 procent. Soliditeten är mot bakgrund av att bolagets och koncernens verksamhet fortsatt bedrivs med lönsamhet betryggande. Likviditeten i bolaget och koncernen bedöms kunna upprätthållas på en likaledes betryggande nivå. Styrelsens uppfattning är att den föreslagna utdelningen ej hindrar bolaget, och övriga i koncernen ingående bolag, från att fullgöra sina förpliktelser på kort och lång sikt, ej heller att fullfölja erforderliga investeringar. Den föreslagna utdelningen kan därmed försvaras med hänsyn till vad som anförs i ABL 17 kap 3 § 2-3 st (försiktighetsregeln).

## Resultat och ställning

Koncernens och bolagets resultat och ställning i övrigt framgår av efterföljande resultat- och balansräkningar samt kassaflödesanalyser och tilläggsupplysningar.

Koncernens utveckling i översikt (kkkr)	2005/06	2004/05	2003/04	2002/03	2001/02
Nettoomsättning	1 305 599	1 142 308	1 067 700	1 018 659	861 654
Resultat efter finansiella poster	5 097	7 232	21 065	7 107	1 903
Eget kapital	120 807	119 621	116 066	101 452	82 013
Balansomslutning	340 410	289 758	272 598	251 907	263 794
Antal anställda	239	203	170	182	159
Soliditet i %	35,5	41,3	42,6	40,3	31,1
Antal bolag i koncernen					
- Butiksbolag, omfattande 15 butiker	10	8	8	7	7
- Fastighetsbolag	2	1	1	1	1
Moderbolagets utveckling i översikt (kkkr)	2005/06	2004/05	2003/04	2002/03	2001/02
Nettoomsättning	1 151 438	1 031 088	964 104	906 137	740 336
Resultat efter finansiella poster	6 944	12 329	24 680	21 641	10 003
Balansomslutning	282 618	259 657	234 165	204 137	184 923
Soliditet %	41,6	44,6	48,7	38,7	43,7
Antal anställda	65	53	44	39	29

Nyckeltalsdefinitioner framgår av not 1



## KONCERNENS RESULTATRÄKNING

Belopp i kkr	Not	2005-05-01 2006-04-30	2004-05-01 2005-04-30
<b>Rörelsens intäkter</b>			
Nettoomsättning		1 305 599	1 142 308
Övriga rörelseintäkter		198	1 430
<b>Summa intäkter</b>		<b>1 305 797</b>	<b>1 143 738</b>
<b>Rörelsens kostnader</b>			
Handelsvaror		-925 359	-821 992
Övriga externa kostnader	2, 3	-244 391	-201 375
Personalkostnader	4	-108 649	-93 978
Avskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar		-21 033	-17 534
<b>Summa rörelsens kostnader</b>		<b>-1 299 432</b>	<b>-1 134 879</b>
<b>Rörelseresultat</b>		<b>6 365</b>	<b>8 859</b>
<b>Resultat från finansiella investeringar</b>			
Resultat från andelar i koncernföretag	5	0	513
Övriga ränteintäkter och liknande resultatposter	6	352	849
Räntekostnader och liknande resultatposter	7	-1 620	-2 989
<b>Summa resultat från finansiella investeringar</b>		<b>-1 268</b>	<b>-1 627</b>
<b>Resultat efter finansiella poster</b>		<b>5 097</b>	<b>7 232</b>
Skatt på årets resultat	8	-2 127	-1 892
<b>Årets resultat</b>		<b>2 970</b>	<b>5 340</b>

## KONCERNENS BALANSRÄKNING

Belopp i kkr	Not	2006-04-30	2005-04-30
<b>TILLGÅNGAR</b>			
<b>Anläggningstillgångar</b>			
<b>Immateriella anläggningstillgångar</b>			
Goodwill	9	8 059	7 514
Dataprogram och licenser	10	28 527	29 959
		<b>36 586</b>	<b>37 473</b>
<b>Materiella anläggningstillgångar</b>			
Byggnader och mark	11	30 750	10 498
Förbättringsutgifter på annans fastighet	12	120	138
Inventarier, verktyg och installationer	13	42 380	23 735
		<b>73 250</b>	<b>34 371</b>
<b>Finansiella anläggningstillgångar</b>			
Övriga långfristiga värdepappersinnehav	14	5	5
Uppskjutna skattefordringar	15	2 751	5 668
Övriga långfristiga fordringar	16	8 641	1 798
		<b>11 397</b>	<b>7 471</b>
<b>Summa anläggningstillgångar</b>		<b>121 233</b>	<b>79 315</b>
<b>Omsättningstillgångar</b>			
<b>Varulager m m</b>			
Handelsvaror		<b>140 651</b>	<b>123 941</b>
<b>Kortfristiga fordringar</b>			
Kundfordringar		50 299	69 447
Övriga kortfristiga fordringar		3 699	1 819
Skattefordran		1 087	1 394
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	17	19 536	11 012
		<b>74 621</b>	<b>83 672</b>
<b>Kassa och Bank</b>		<b>3 905</b>	<b>2 830</b>
<b>Summa omsättningstillgångar</b>		<b>219 177</b>	<b>210 443</b>
<b>Summa tillgångar</b>		<b>340 410</b>	<b>289 758</b>

Belopp i kkr	Not	2006-04-30	2005-04-30
<b>EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>			
<b>Eget kapital</b>	18		
Aktiekapital (1 785 280 st aktier med kvotvärde 12,50 kr)		22 316	22 316
Bundna reserver		43 612	45 463
Fria reserver		51 909	46 502
Årets resultat		2 970	5 340
<b>Summa eget kapital</b>		<b>120 807</b>	<b>119 621</b>
<b>Minoritetens andel</b>		<b>24</b>	<b>24</b>
<b>Avsättningar</b>			
Avsättningar för skatter		<b>2 190</b>	<b>2 809</b>
<b>Långfristiga skulder</b>	19		
Skulder till kreditinstitut		19 899	594
Övriga långfristiga skulder		218	91
<b>Summa långfristiga skulder</b>		<b>20 117</b>	<b>685</b>
<b>Kortfristiga skulder</b>			
Skulder till kreditinstitut		43 829	19 710
Förskott från kunder		12 006	8 426
Leverantörsskulder		98 889	89 777
Checkräkningskredit	20	940	14 010
Övriga kortfristiga skulder		8 696	9 255
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	21	32 912	25 441
<b>Summa kortfristiga skulder</b>		<b>197 272</b>	<b>166 619</b>
<b>Summa eget kapital och skulder</b>		<b>340 410</b>	<b>289 758</b>
<b>Ställda säkerheter</b>	22	166 025	165 871
<b>Ansvarsförbindelser</b>	23	3 500	3 700

## KONCERNENS KASSAFLÖDESANALYS

Belopp i kkr	2005-05-01 2006-04-30	2004-05-01 2005-04-30
<b>Den löpande verksamheten</b>		
Rörelseresultat	6 365	8 859
Avskrivningar	21 033	17 534
	<b>27 398</b>	<b>26 393</b>
Erhållen ränta	371	908
Erlagd ränta	-1 675	-3 025
Betald inkomstskatt	301	-912
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapitalet</b>	<b>26 395</b>	<b>23 364</b>
Förändring av varulager	-10 222	-4 432
Förändring av kundfordringar	19 205	-14 729
Förändring av övriga kortfristiga fordringar	-10 125	5 572
Förändring av leverantörsskulder	6 769	-13 571
Förändring av övriga kortfristiga rörelseskulder	8 100	11 395
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten</b>	<b>40 122</b>	<b>7 599</b>
<b>Investeringsverksamheten</b>		
Förvärv av immateriella anläggningstillgångar	-8 553	-3 004
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-46 527	-26 264
Försäljning av materiella anläggningstillgångar	63	16
Förvärv av dotterföretag	-3 843	0
Avyttring av aktier i koncernföretag	0	513
Förändring av långfristiga fordringar	-6 843	129
<b>Kassaflöde från investeringsverksamheten</b>	<b>-65 703</b>	<b>-28 610</b>
<b>Finansieringsverksamheten</b>		
Förändring av långfristiga skulder	19 341	-11 019
Förändring av kortfristiga finansiella skulder	9 100	26 946
Utbetald utdelning	-1 785	-1 785
<b>Kassaflöde från finansieringsverksamheten</b>	<b>26 656</b>	<b>14 142</b>
<b>Årets kassaflöde</b>	<b>1 075</b>	<b>-6 869</b>
Likvida medel vid årets början	2 830	9 699
<b>Likvida medel vid årets slut</b>	<b>3 905</b>	<b>2 830</b>

## MODERBOLAGETS RESULTATRÄKNING

	Not	2005-05-01 2006-04-30	2004-05-01 2005-04-30
Belopp i kkr			
<b>Rörelsens intäkter</b>			
Nettoomsättning	24	1 151 438	1 031 088
<b>Summa intäkter</b>		<b>1 151 438</b>	<b>1 031 088</b>
<b>Rörelsens kostnader</b>			
Handelsvaror	24	-924 116	-831 279
Övriga externa kostnader	2, 3	-176 063	-149 507
Personalkostnader	4	-36 356	-29 806
Avskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar		-10 140	-8 765
<b>Summa rörelsens kostnader</b>		<b>-1 146 675</b>	<b>-1 019 357</b>
<b>Rörelseresultat</b>		<b>4 763</b>	<b>11 731</b>
<b>Resultat från finansiella investeringar</b>			
Ränteintäkter och liknande resultatposter	6	3 275	2 790
Räntekostnader och liknande resultatposter	7	-1 094	-2 192
<b>Summa resultat från finansiella investeringar</b>		<b>2 181</b>	<b>598</b>
<b>Resultat efter finansiella poster</b>		<b>6 944</b>	<b>12 329</b>
Bokslutsdispositioner	25	2 667	616
Skatt på årets resultat	8	-3 421	-3 666
<b>Årets resultat</b>		<b>6 190</b>	<b>9 279</b>

## MODERBOLAGETS BALANSRÄKNING

Belopp i kkr	Not	2006-04-30	2005-04-30
<b>TILLGÅNGAR</b>			
<b>Anläggningstillgångar</b>			
<b>Immateriella anläggningstillgångar</b>			
Dataprogram och licenser	10	28 527	29 959
<b>Materiella anläggningstillgångar</b>			
Inventarier, verktyg och installationer	13	6 276	4 989
<b>Finansiella anläggningstillgångar</b>			
Andelar i koncernföretag	26	12 401	10 903
Fordringar hos koncernföretag		51 601	34 754
Andra långfristiga värdepappersinnehav	14	5	0
Uppskjutna skattefordringar	15	2 751	5 668
Övriga långfristiga fordringar	16	8 635	91
		<b>75 393</b>	<b>51 416</b>
<b>Summa anläggningstillgångar</b>		<b>110 196</b>	<b>86 364</b>
<b>Omsättningstillgångar</b>			
<b>Varulager m m</b>			
Handelsvaror		50 745	55 798
<b>Kortfristiga fordringar</b>			
Kundfordringar		47 879	67 139
Kundfordringar hos koncernföretag		32 880	17 710
Övriga fordringar hos koncernföretag		22 992	21 372
Skattefordringar		546	1 391
Övriga fordringar		3 006	436
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	17	13 926	9 408
		<b>121 229</b>	<b>117 456</b>
<b>Kassa och bank</b>		<b>448</b>	<b>39</b>
<b>Summa omsättningstillgångar</b>		<b>172 422</b>	<b>173 293</b>
<b>Summa tillgångar</b>		<b>282 618</b>	<b>259 657</b>



Belopp i kkr	Not	2006-04-30	2005-04-30
<b>EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>			
<b>Eget kapital</b>	18		
<b>Bundet eget kapital</b>			
Aktiekapital (1 785 280 aktier med kvotvärde 12,50 kr)		22 316	22 316
Överkursfond		0	31 500
Reservfond		35 100	3 600
		<b>57 416</b>	<b>57 416</b>
<b>Fritt eget kapital</b>			
Balanserad vinst		48 424	41 866
Årets resultat		6 190	9 279
		<b>54 614</b>	<b>51 145</b>
<b>Summa eget kapital</b>		<b>112 030</b>	<b>108 561</b>
<b>Obeskattade reserver</b>	27	<b>7 489</b>	<b>10 156</b>
<b>Långfristiga skulder</b>			
Övriga långfristiga skulder	19	218	91
<b>Summa långfristiga skulder</b>		<b>218</b>	<b>91</b>
<b>Kortfristiga skulder</b>			
Skulder till kreditinstitut		43 485	19 291
Leverantörsskulder		90 207	81 328
Skulder till koncernföretag		8 831	7 153
Checkräkningskredit	20	940	14 010
Övriga skulder		4 742	7 121
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	21	14 676	11 946
<b>Summa kortfristiga skulder</b>		<b>162 881</b>	<b>140 849</b>
<b>Summa eget kapital och skulder</b>		<b>282 618</b>	<b>259 657</b>
<b>Ställda säkerheter</b>	22	143 656	163 588
<b>Ansvarsförbindelser</b>	23	3 500	2 000

## MODERBOLAGETS KASSAFLÖDESANALYS

Belopp i kkr	2005-05-01 2006-04-30	2004-05-01 2005-04-30
<b>Den löpande verksamheten</b>		
Rörelseresultat	4 763	11 731
Avskrivningar	10 140	8 765
Övriga ej likviditetspåverkande poster	411	0
	<b>15 314</b>	<b>20 496</b>
Erhållen ränta	3 254	2 834
Erlagd ränta	-1 094	-2 192
Betald inkomstskatt	845	51
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital</b>	<b>18 319</b>	<b>21 189</b>
Förändring av varulager	5 053	5 105
Förändring av kundfordringar	19 260	-13 476
Förändring av övriga kortfristiga fordringar	-23 880	-17 082
Förändring av leverantörsskulder	8 879	-17 521
Förändring av övriga kortfristiga rörelseskulder	2 052	7 932
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten</b>	<b>29 683</b>	<b>-13 853</b>
<b>Investeringsverksamheten</b>		
Förvärv av immateriella anläggningstillgångar	-6 842	0
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-3 153	-15 412
Förvärv av andelar i dotterföretag	-4 351	0
Förändring i koncernens sammansättning i samband med fusion	1 149	0
Placeringar i övriga finansiella anläggningstillgångar	-127	-91
Förändring av långfristiga fordringar	-23 564	4 895
<b>Kassaflöde från investeringsverksamheten</b>	<b>-36 888</b>	<b>-10 608</b>
<b>Finansieringsverksamheten</b>		
Förändring av långfristiga skulder	127	91
Förändring av kortfristiga finansiella skulder	11 124	33 245
Lämnat koncernbidrag	-1 802	-7 130
Lämnat aktieägartillskott	-50	0
Utbetald utdelning	-1 785	-1 785
<b>Kassaflöde från finansieringsverksamheten</b>	<b>7 614</b>	<b>24 421</b>
<b>Årets kassaflöde</b>	<b>409</b>	<b>-40</b>
Likvida medel vid årets början	39	79
<b>Likvida medel vid årets slut</b>	<b>448</b>	<b>39</b>

## NOTER

### Not 1 Redovisnings- och värderingsprinciper

Bolagets årsredovisning har upprättats enligt Årsredovisningslagen och Bokföringsnämndens allmänna råd.

### Koncernredovisning

I koncernredovisningen ingår dotterföretag där moderbolaget direkt eller indirekt innehar mer än 50 procent av rösterna, eller på annat sätt har ett betydande inflytande.

Koncernens bokslut är upprättat enligt förvärvsmetoden, vilket innebär att dotterföretagens egna kapital vid förvärvet, fastställt som skillnaden mellan tillgångarnas och skuldernas verkliga värden, elimineras i sin helhet. I koncernens egna kapital ingår härigenom endast den del av dotterföretagens egna kapital som tillkommit efter förvärvet.

Under året förvärvade bolag inkluderas i koncernredovisningen med belopp avseende tiden efter förvärvet.

Internvinster inom koncernen elimineras i sin helhet.

### Fordringar

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

### Utländska valutor

Tillgångar och skulder i utländsk valuta värderas enligt balansdagens kurs.

### Intäkter

Försäljning av varor redovisas vid leverans av produkter till kunden, i enlighet med försäljningsvillkoren. Försäljning redovisas netto efter moms, rabatter och kursdifferenser vid försäljning i utländsk valuta.

### Inkomstskatter

Redovisade inkomstskatter innefattar skatt som skall betalas eller erhållas avseende aktuellt år, justeringar avseende tidigare års aktuella skatt samt förändringar i uppskjuten skatt.

Värdering av samtliga skatteskulder/fordringar sker till nominella belopp och görs enligt de skatteregler och skattesatser som är beslutade eller som är aviserade och med stor säkerhet kommer att fastställas.

För poster som redovisas i resultaträkningen redovisas även därmed sammanhängande skatteeffekter i resultaträkningen. Skatteeffekter av poster som redovisas direkt mot eget kapital, redovisas mot eget kapital.

Uppskjuten skatt beräknas enligt balansräkningsmetoden på alla temporära skillnader som uppkommer mellan redovisade och skattemässiga värden på tillgångar och skulder. De temporära skillnaderna har huvudsakligen uppkommit genom skattemässiga underskott som överförs till moderbolaget i samband med fusion.

Uppskjuten skattefordran avseende underskottsavdrag eller andra framtida skattemässiga avdrag redovisas i den utsträckning det är sannolikt att avdraget kan avräknas mot överskott vid framtida beskattning.

I moderbolaget redovisas – på grund av sambandet mellan redovisning och beskattning – den uppskjutna skatteskulden på obeskattade reserver, som en del av de obeskattade reserverna.

### Immateriella tillgångar

Goodwill skrivs av över 5 år. Dataprogram och licenser avskrivs över 3-4 år

### Materiella anläggningstillgångar

Materiella anläggningstillgångar redovisas till anskaffningsvärde minskat med avskrivningar. Utgifter för förbättringar av tillgångars prestanda, utöver ursprunglig nivå, ökar tillgångens redovisade värde. Utgifter för reparation och underhåll redovisas som kostnader.

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

Byggnader	50 år
Förbättringsutgifter på annans fastighet	10 år
Inventarier, verktyg och installationer	3-8 år

### Leasingavtal

Samtliga leasingavtal, oavsett om de är finansiella eller operationella, redovisas som hyresavtal (operationella leasingavtal).

### Varulager

Varulagret har värderats enligt lägsta värdets princip.

### Kassaflödesanalys

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

### Nyckeltalsdefinitioner

#### Soliditet

Eget kapital och obeskattade reserver (med avdrag för uppskjuten skatt) i förhållande till balansomslutningen.

#### Övrigt

Noter i kkr där ej annat anges.

### Not 2 Ersättning till revisorerna

	Koncernen		Moderbolaget	
	2005-05-01	2004-05-01	2005-05-01	2004-05-01
	2006-04-30	2005-04-30	2006-04-30	2005-04-30
Öhrlings PricewaterhouseCoopers				
Revisionsuppdrag	808	798	265	265
Andra uppdrag	508	558	400	398
	<b>1 316</b>	<b>1 356</b>	<b>665</b>	<b>663</b>

### Not 3 Leasingkostnader

	Koncernen		Moderbolaget	
	2005-05-01	2004-05-01	2005-05-01	2004-05-01
	2006-04-30	2005-04-30	2006-04-30	2005-04-30
Anskaffningskostn. uppskattas till	25 271	21 767	25 271	21 767
Bolagets leasingkostnader (exkl hyra för lokaler) uppgår under året till	4 880	5 004	4 880	5 004

### Not 4 Medelantal anställda, löner, andra ersättningar och sociala avgifter

	Koncernen		Moderbolaget	
	2005-05-01	2004-05-01	2005-05-01	2004-05-01
	2006-04-30	2005-04-30	2006-04-30	2005-04-30
Medelantalet anställda, med fördelning på kvinnor och män har uppgått till				
Kvinnor	113	91	35	26
Män	126	112	30	27
<b>Totalt</b>	<b>239</b>	<b>203</b>	<b>65</b>	<b>53</b>

Löner och ersättningar har uppgått till

Styrelse och verkställande direktörer	1 832	2 120	1 542	1 034
Övriga anställda	70 667	56 470	20 652	16 445
<b>Totala löner och ersättningar</b>	<b>72 499</b>	<b>58 590</b>	<b>22 194</b>	<b>17 479</b>

Sociala avgifter enligt lag och avtal	25 999	21 886	8 098	6 975
Pensionskostnader (varav för styrelse och verkställande direktörer i koncernen 479 (447), i moderbolaget 419 (219)).	4 844	4 813	2 477	2 538
<b>Totala löner, ersättningar, sociala avgifter och pensionskostnader</b>	<b>103 342</b>	<b>85 289</b>	<b>32 769</b>	<b>26 992</b>

För verkställande direktören i Mio AB har under räkenskapsåret utgått lön och ersättningar samt pensionsinbetalningar på 2 458 kkr (1 253 kkr).

Verkställande direktören har ett anställningsavtal innebärande avgångsvederlag motsvarande upp till 24 månadslöner.

### Styrelseledamöter och ledande befattningshavare

	2006-04-30		2005-04-30	
	Antal på balansdagen	Varav män	Antal på balansdagen	Varav män
<b>Koncernen (inkl dotterbolag)</b>				
Styrelseledamöter	24	92 %	23	91 %
Verkställande direktörer och andra ledande befattningshavare	2	100 %	3	100 %
<b>Moderbolaget</b>				
Styrelseledamöter	9	78 %	9	78 %
Verkställande direktör och andra ledande befattningshavare	1	100 %	1	100 %

**(Forts. not 4) Sjukfrånvaro**

Moderbolaget	2005-05-01		2004-05-01	
	2006-04-30	2005-04-30	2006-04-30	2005-04-30
Total sjukfrånvaro	2,9 %		1,7 %	
- långtidssjukfrånvaro	2,0 %		0 %	
- sjukfrånvaro för män	2,1 %		1,6 %	
- sjukfrånvaro för kvinnor	3,9 %		1,9 %	
- anställda - 29 år	0,5 %		2,5 %	
- anställda 30 - 49 år	0,8 %		2,0 %	
- anställda 50 år -	7,6 %		10,0 %	

**Not 5 Resultat från andelar i koncernföretag**

	Koncernen		Moderbolaget	
	2005-05-01	2004-05-01	2005-05-01	2004-05-01
	2006-04-30	2005-04-30	2006-04-30	2005-04-30
Realisationsresultat vid försäljningar	0	513	0	0
	<b>0</b>	<b>513</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

**Not 6 Övriga räntetäckter och liknande resultatposter**

	Koncernen		Moderbolaget	
	2005-05-01	2004-05-01	2005-05-01	2004-05-01
	2006-04-30	2005-04-30	2006-04-30	2005-04-30
Räntetäckter, externa	352	849	195	671
Räntetäckter, koncernföretag	0	0	3 080	2 119
<b>Summa</b>	<b>352</b>	<b>849</b>	<b>3 275</b>	<b>2 790</b>

**Not 7 Räntekostnader och liknande resultatposter**

	Koncernen		Moderbolaget	
	2005-05-01	2004-05-01	2005-05-01	2004-05-01
	2006-04-30	2005-04-30	2006-04-30	2005-04-30
Räntekostnader, externa	-1 620	-2 989	-1 094	-2 112
Räntekostnader, koncernföretag	0	0	0	-80
	<b>-1 620</b>	<b>-2 989</b>	<b>-1 094</b>	<b>-2 192</b>

**Not 8 Skatt på årets resultat**

	Koncernen		Moderbolaget	
	2005-05-01	2004-05-01	2005-05-01	2004-05-01
	2006-04-30	2005-04-30	2006-04-30	2005-04-30
Aktuell skatt för året	-111	-330	0	0
Uppskjuten skatt	-2 016	-1 562	-3 421	-3 666
<b>Summa</b>	<b>-2 127</b>	<b>-1 892</b>	<b>-3 421</b>	<b>-3 666</b>

**Not 9 Goodwill**

	Koncernen		Moderbolaget	
	2006-04-30	2005-04-30	2006-04-30	2005-04-30
	Ingående anskaffningsvärden	19 669	16 665	0
Årets förändringar				
- Genom förvärv av verksamhet	1 711	3 004	0	0
- Genom förvärv av dotterföretag	2 780	0	0	0
<b>Utgående ackum. anskaffn. värden</b>	<b>24 160</b>	<b>19 669</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Ingående avskrivningar	-12 155	-8 506	0	0
Årets förändringar				
- Avskrivningar	-3 946	-3 649	0	0
<b>Utgående ackumulerade avskrivningar</b>	<b>-16 101</b>	<b>-12 155</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Utgående restvärde enligt plan</b>	<b>8 059</b>	<b>7 514</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

**Not 10 Dataprogram och licenser**

	Koncernen		Moderbolaget	
	2006-04-30	2005-04-30	2006-04-30	2005-04-30
	Ingående anskaffningsvärden	38 979	24 908	38 979
Årets förändringar				
- Årets aktiverade utgifter	6 842	14 071	6 842	14 071
<b>Utgående ackum. anskaffn. värden</b>	<b>45 821</b>	<b>38 979</b>	<b>45 821</b>	<b>38 979</b>
Ingående avskrivningar	-9 020	-2 038	-9 020	-2 038
Årets förändringar				
- Avskrivningar	-8 274	-6 982	-8 274	-6 982
<b>Utgående ackumulerade avskrivningar</b>	<b>-17 294</b>	<b>-9 020</b>	<b>-17 294</b>	<b>-9 020</b>
<b>Utgående restvärde enligt plan</b>	<b>28 527</b>	<b>29 959</b>	<b>28 527</b>	<b>29 959</b>

Under året har omklassificering gjorts från Inventarier, verktyg och installationer. Jämförande siffror har omarbetats.

**Not 11 Byggnader och mark**

	Koncernen		Moderbolaget	
	2006-04-30	2005-04-30	2006-04-30	2005-04-30
	Ingående anskaffningsvärden	12 113	12 113	0
- Inköp	20 773	0	0	0
<b>Utgående ackum. anskaffn. värden</b>	<b>32 886</b>	<b>12 113</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Ingående avskrivningar	-1 615	-1 345	0	0
Årets förändringar				
- Avskrivningar	-521	-270	0	0
<b>Utgående ackumulerade avskrivningar</b>	<b>-2 136</b>	<b>-1 615</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Utgående restvärde enligt plan</b>	<b>30 750</b>	<b>10 498</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Redovisat värde för fastigh. i Sverige</b>	<b>30 750</b>	<b>10 498</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Taxeringsvärden för fastigh. i Sverige</b>	<b>22 750</b>	<b>9 174</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

**Not 12 Förbättringsutgifter på annans fastighet**

	Koncernen		Moderbolaget	
	2006-04-30	2005-04-30	2006-04-30	2005-04-30
	Ingående anskaffningsvärden	184	184	0
<b>Utgående ackum. anskaffn. värden</b>	<b>184</b>	<b>184</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Ingående avskrivningar	-46	-28	0	0
Årets förändringar				
- Avskrivningar	-18	-18	0	0
<b>Utgående ackumulerade avskrivningar</b>	<b>-64</b>	<b>-46</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Utgående restvärde enligt plan</b>	<b>120</b>	<b>138</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

**Not 13 Inventarier, verktyg och installationer**

	Koncernen		Moderbolaget	
	2006-04-30	2005-04-30	2006-04-30	2005-04-30
	Ingående anskaffningsvärden	53 172	42 321	17 142
Årets förändringar				
- Inköp	25 754	12 193	3 153	1 341
- Försäljningar och utrangeringar	-2 653	-1 342	0	-268
- Genom förvärv av dotterföretag	3 270	0	0	0
<b>Utgående ackum. anskaffn. värden</b>	<b>79 543</b>	<b>53 172</b>	<b>20 295</b>	<b>17 142</b>
Ingående avskrivningar	-29 437	-24 230	-12 153	-10 638
Årets förändringar				
- Försäljningar och utrangeringar	2 590	1 326	0	268
- Avskrivningar	-8 274	-6 533	-1 866	-1 783
- Genom förvärv av dotterföretag	-2 042	0	0	0
<b>Utgående ackumulerade avskrivningar</b>	<b>-37 163</b>	<b>-29 437</b>	<b>-14 019</b>	<b>-12 153</b>
<b>Utgående restvärde enligt plan</b>	<b>42 380</b>	<b>23 735</b>	<b>6 276</b>	<b>4 989</b>

**Not 14 Andra långfristiga värdepappersinnehav**

	Koncernen		Moderbolaget	
	2006-04-30	2005-04-30	2006-04-30	2005-04-30
	Ingående anskaffningsvärden	5	5	0
- Tillkommande värdepapper	0	0	5	0
<b>Utgående redovisat värde, totalt</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>0</b>

**Not 15 Uppskjutna skattefordringar**

	Koncernen		Moderbolaget	
	2006-04-30	2005-04-30	2006-04-30	2005-04-30
	Hänförligt till underskottsavdrag	2 751	5 668	2 751
	<b>2 751</b>	<b>5 668</b>	<b>2 751</b>	<b>5 668</b>

Uppskjuten skatt beräknad i sin helhet enligt balansräkningsmetoden på alla temporära differenser som uppkommer mellan det skattemässiga värdet på tillgångar och skulder och dess redovisade värden i redovisningen. Den temporära differensen uppkommer från avskrivning av materiella anläggningstillgångar samt skattemässiga underskottsavdrag. En skattesats på 28 procent har använts vid beräkning av uppskjuten skatt.

**Not 16 Övriga långfristiga fordringar**

	Koncernen		Moderbolaget	
	2006-04-30	2005-04-30	2006-04-30	2005-04-30
Ingående anskaffningsvärde	1 798	1 927	91	0
Årets förändringar				
- Kapitalförsäkring	127	91	127	91
- Tillkommande fordringar	6 716	0	6 817	0
- Tillkommande fordringar genom fusion	0	0	1 600	0
- Avgående fordringar	0	-220	0	0
<b>Utgående redovisat värde</b>	<b>8 641</b>	<b>1 798</b>	<b>8 635</b>	<b>91</b>

**Not 17 Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter**

	Koncernen		Moderbolaget	
	2006-04-30	2005-04-30	2006-04-30	2005-04-30
Royalty	530	369	530	0
Förutbetalda hyror	5 133	3 497	456	276
Reklam	5 847	3 918	5 847	3 918
Upplupna ränteutgifter	52	71	52	54
Övriga poster	7 974	3 157	7 041	5 160
<b>Summa</b>	<b>19 536</b>	<b>11 012</b>	<b>13 926</b>	<b>9 408</b>

**Not 18 Förändring av eget kapital**

Koncernen	Aktiekapital	Överkursfond	Bundna	Reservfond	Fritt eget	Summa
			reserver		kapital	
Eget kapital 2004-05-01	22 316	0	45 257	0	48 494	116 067
Årets resultat	0	0	0	0	5 340	5 340
Utdelning	0	0	0	0	-1 785	-1 785
Förskjutningar mellan bundet och fritt eget kapital	0	0	206	0	-206	0
<b>Eget kapital 2005-04-30</b>	<b>22 316</b>	<b>0</b>	<b>45 463</b>	<b>0</b>	<b>51 843</b>	<b>119 622</b>

Årets resultat	0	0	0	0	2 970	2 970
Utdelning	0	0	0	0	-1 785	-1 785
Förskjutningar mellan bundet och fritt eget kapital	0	0	-1 851	0	1 851	0
<b>Eget kapital 2006-04-30</b>	<b>22 316</b>	<b>0</b>	<b>43 612</b>	<b>0</b>	<b>54 879</b>	<b>120 807</b>

Moderbolaget	Aktiekapital	Överkursfond	Bundna	Reservfond	Fritt eget	Summa
			reserver		kapital	
Eget kapital 2004-05-01	22 316	31 500	0	3 600	48 785	106 201
Lämnat koncernbidrag	0	0	0	0	-7 130	-7 130
Skatteeffekt av koncernbidrag	0	0	0	0	1 996	1 996
Årets resultat	0	0	0	0	9 279	9 279
Utdelning	0	0	0	0	-1 785	-1 785
<b>Eget kapital 2005-04-30</b>	<b>22 316</b>	<b>31 500</b>	<b>0</b>	<b>3 600</b>	<b>51 145</b>	<b>108 561</b>

Lämnat koncernbidrag	0	0	0	0	-1 802	-1 802
Skatteeffekt av koncernbidrag	0	0	0	0	505	505
<b>Summa förändring i eget kapital som ej redovisas i resultaträkn.</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>-1 297</b>	<b>-1 297</b>

Fusionsresultat	0	0	0	0	411	411
Omföring överkursfond	0	-31 500	0	31 500	0	0
Aktieägartillskott	0	0	0	0	-50	-50
Utdelning	0	0	0	0	-1 785	-1 785
Årets resultat	0	0	0	0	6 190	6 190
<b>Eget kapital 2006-04-30</b>	<b>22 316</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>35 100</b>	<b>54 614</b>	<b>112 030</b>

Bolaget har 1 785 280 aktier varav 723 760 A-aktier och 1 061 520 B-aktier.

Numeri i Mio AB fusionerade dotterbolaget Mio Butiksinvest AB hade i nyemission 1999 utgivit 4 000 preferensaktier. I samband därmed lämnade Mio Butiksinvest AB och Mio AB en option innebärande rätt till aktieteckning av 4 000 aktier före 2009-12-31 under vissa förutsättningar.

**Villkorat aktieägartillskott**

Aktieägare i dotterföretag har lämnat villkorat aktieägartillskott som uppgår till totalt 182 kkr (182 kkr).

**Not 19 Långfristiga skulder**

	Koncernen		Moderbolaget	
	2006-04-30	2005-04-30	2006-04-30	2005-04-30
Långfristiga skulder som förfaller till betalning senare än fem år efter balansdagen:				
Skulder till kreditinstitut	15 533	0	0	0
Pensionsutfästelse	218	91	218	91
<b>Summa</b>	<b>15 751</b>	<b>91</b>	<b>218</b>	<b>91</b>

**Not 21 Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter**

	Koncernen		Moderbolaget	
	2006-04-30	2005-04-30	2006-04-30	2005-04-30
Upplupna räntekostnader	9	64	41	64
Upplupna löner inkl. semesterlöner	13 546	11 142	4 102	4 046
Upplupna sociala avgifter	7 239	6 574	2 041	2 407
Marknadsföringskostnader	1 360	4 084	1 360	4 084
Övriga poster	10 758	3 577	7 132	1 345
<b>Summa</b>	<b>32 912</b>	<b>25 441</b>	<b>14 676</b>	<b>11 946</b>

**Not 20 Checkräkningskredit**

Beviljat belopp på checkräkningskredit uppgår i koncernen till 30 000 kkr (30 000 kkr) och i moderbolaget till 30 000 kkr (30 000 kkr).

**Not 22 Ställda säkerheter**

	Koncernen		Moderbolaget	
	2006-04-30	2005-04-30	2006-04-30	2005-04-30
<b>För egna avsättningar och skulder</b>				
Fastighetsinteckningar	20 000	0	0	0
Företagsinteckningar	68 283	68 283	66 000	66 000
Pantsatta kundfordringar	77 438	97 497	77 438	97 497
Kapitalförsäkring	218	91	218	91
Tillgångar belastade med äganderättsförbehåll	86	0	0	0
<b>Summa</b>	<b>166 025</b>	<b>165 871</b>	<b>143 656</b>	<b>163 588</b>
<b>Skulder för vilka säkerheter ställts</b>				
Checkräkning	940	14 010	940	14 010
Skulder till kreditinstitut	116	169	0	0
Pensionsutfästelse	218	91	218	91
<b>Summa</b>	<b>1 274</b>	<b>14 270</b>	<b>1 158</b>	<b>14 101</b>

Moderbolagets kundfordringar är pantsatta hos kreditinstitut. Totala kundfordringar uppgår per 2006-04-30 till 101 420 kkr. I balansräkningen har saldot reducerats med skuld till kunder avseende bonus.

**Not 26 Andelar i koncernföretag**

<i>Dotterföretag</i>	Org.nr	Säte	Kapitalandel %	Rösträttsandel %	Antal aktier	Bokfört värde
<b>Mio Fastigheter i Växjö AB</b>	556679-8756	Växjö	100	100	1 000	100
<b>Mio Växjö AB</b>	556680-1899	Växjö	100	100	2 000	200
<b>Mio Jönköping AB</b>	556345-8719	Jönköping	100	100	1 000	3 851
<b>Möbelhuset i Gamlestaden AB</b>	556514-6387	Göteborg	91	91	182	182
<b>Möbelcenter i Sundsvall AB</b>	556187-0386	Sundsvall	100	100	200	195
<b>MBI Fastigheter AB</b>	556318-7490	Tibro	100	100	100	314
<b>Möbelhuset i Falköping AB</b>	556567-9429	Falköping	100	100	200	200
<b>Möbelhuset i Halmstad AB</b>	556567-4255	Halmstad	100	100	200	182
<b>Mio Stockholm AB</b>	556146-7423	Stockholm	100	100	50 000	5 050
<b>Lindhs Möbelhuset i Valbo AB</b>	556324-7658	Gävle	100	100	400	1 327
<b>Mio Syd AB</b>	556645-7817	Tibro	100	100	100	200
<b>Mio Helsingborg AB</b>	556691-1375	Helsingborg	100	100	2 000	200
<b>Möbelhuset i Örnsköldsvik AB</b>	556641-2028	Tibro	100	100	200	200
<b>Möbelcenter i Kiruna AB</b>	556552-2702	Kiruna	100	100	2 000	200
<b>Summa</b>						<b>12 401</b>

**Dotterdotterföretag**

<b>Grönlunds Möbelhus AB</b>	556106-1945	Kiruna	100	100	5 000	500
------------------------------	-------------	--------	-----	-----	-------	-----

**Not 27 Obeskattade reserver**

	2006-04-30	2005-04-30
Akkumulerad skillnad mellan bokförda avskrivningar och avskrivningar enligt plan	6 635	6 635
Periodiseringsfond	854	3 521
<b>Summa</b>	<b>7 489</b>	<b>10 156</b>

**Not 23 Ansvarsförbindelser**

	Koncernen		Moderbolaget	
	2006-04-30	2005-04-30	2006-04-30	2005-04-30
Borgensförbindelse	3 500	3 700	3 500	2 000
<b>Summa ansvarsförbindelser</b>	<b>3 500</b>	<b>3 700</b>	<b>3 500</b>	<b>2 000</b>

Moderbolaget har tecknat borgen för ett av dotterföretaget Mio Stockholm AB:s hyreskontrakt. Åtagandet löper under den initiala kontraktstiden 10 år.

Dotterföretag har av fastighetsägare debiterats kostnader, vilket bolaget ej anser står i överensstämmelse med hyresavtalet. Kostnaderna är därför ej beaktade.

**Not 24 Inköp och försäljning mellan koncernföretag**

Av moderbolagets nettoomsättning avser 24 (22) procent försäljning till koncernföretag.

Några inköp från koncernföretag har ej förekommit.

**Not 25 Bokslutsdispositioner**

	2005-05-01	2004-05-01
	2006-04-30	2005-04-30
Förändring periodiseringsfond	2 667	616
<b>Summa</b>	<b>2 667</b>	<b>616</b>

**Tibro den 28 juni 2006**

Bo Johansson  
Styrelsens ordförande

Ulf Enander

Claes Hagberg

Christel Kinning

Alice Lindell

Jonas Ohlsson

Ola Rönnblom

Fredrik Tiber

Magnus Dahl  
Verkställande direktör



# REVISIONSBERÄTTELSE

*Till årsstämman i Mio AB. Org nr 556084-0190.*

Jag har granskat årsredovisningen, koncernredovisningen och bokföringen samt styrelsens och verkställande direktörens förvaltning i Mio AB för år 2005-05-01 – 2006-04-30. Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för räkenskapshandlingarna och förvaltningen och för att årsredovisningslagen tillämpas vid upprättandet av årsredovisningen och koncernredovisningen. Mitt ansvar är att uttala mig om årsredovisningen, koncernredovisningen och förvaltningen på grundval av min revision.

Revisionen har utförts i enlighet med god revisionsd i Sverige. Det innebär att jag planerat och genomfört revisionen för att med hög men inte absolut säkerhet försäkra mig om att årsredovisningen och koncernredovisningen inte innehåller väsentliga felaktigheter. En revision innefattar att granska ett urval av underlagen för belopp och annan information i räkenskapshandlingarna. I en revision ingår också att pröva redovisningsprinciperna och styrelsens och verkställande direktörens tillämpning av dem samt att bedöma de betydelsefulla uppskattningar som styrelsen och verkställande direktören gjort när de upprättat årsredovisningen och koncernredovisningen samt att utvärdera den samlade informationen i årsredovisningen och koncernredovisningen. Som underlag för mitt uttalande om ansvarsfrihet har jag granskat väsentliga beslut, åtgärder och förhållanden i bolaget för att kunna bedöma om någon styrelseledamot eller verkställande direktören är ersättningskyldig mot bolaget. Jag har även granskat om någon styrelseledamot eller verkställande direktören på annat sätt har handlat i strid med aktiebolagslagen, årsredovisningslagen eller bolagsordningen. Jag anser att min revision ger mig rimlig grund för mina uttalanden nedan.

Årsredovisningen och koncernredovisningen har upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och ger en rättvisande bild av bolagets och koncernens resultat och ställning i enlighet med god redovisningssed i Sverige. Förvaltningsberättelsen är förenlig med årsredovisningens övriga delar.

Jag tillstyrker att årsstämman 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.

**Skövde den 29 juni 2006**

Per-Erik Renström  
Auktoriserad revisor

## STYRELSE



1



2



3



4



5



6



7



8



9

**1 BO JOHANSSON, ORDFÖRANDE**

**2 CHRISTEL KINNING**

**3 OLA RÖNNBLOM**

**4 FREDRIK TIBERG**

**5 JONAS OHLSSON**

**6 ULF ENANDER**

**7 ALICE LINDELL**

**8 CLAES HAGBERG**

**9 MAGNUS DAHL, VERKSTÄLLANDE DIREKTÖR**

## KEDJANS STRUKTUR

### MIO AB

BOLAGET ÄR MODERBOLAG I MIO-KONCERNEN OCH FRANCHISEGIVARE SOM UTVECKLAR OCH TILLHANDAHÅLLER MIO-KONCEPTET FÖR SAMTLIGA BUTIKER SOM INGÅR I KEDJAN. BOLAGET ÄGER OCH DRIVER 16 EGNA BUTIKER.

### FRANCHISEBUTIKER

I KEDJAN INGÅR 50 FRANCHISEBUTIKER. BUTIKERNA HAR FRANCHISEAVTAL MED MIO AB OCH DRIVS INOM RAMEN FÖR MIO-KONCEPTET. DE ÄGS OCH DRIVS AV LOKALA ENTREPRENÖRER.

### BUTIKER SOM ÄR DOTTERBOLAG TILL MIO AB

MIO FALKÖPING (HELÄGD)  
MIO GAMLESTADEN GÖTEBORG (MAJORITETSÄGD)  
MIO HALMSTAD (HELÄGD)  
MIO HELSINGBORG (HELÄGD)  
MIO JÖNKÖPING (HELÄGD)  
MIO KALMAR (HELÄGD)  
MIO LÖDDEKÖPINGE (HELÄGD)

### MIO STOCKHOLM (HELÄGT)

- HALLONBERGEN  
- KUNGENS KURVA  
- STINSEN SOLLENTUNA  
- TÄBY  
- VEDDESTA  
MIO SUNDSVALL (HELÄGD)  
MIO VALBO (HELÄGD)

### MIO VÄXJÖ (HELÄGD)

MIO ÖRNSKÖLDSDVIK (HELÄGD)

MIO AB ÄR MINORITETSÄGARE I ELVA BUTIKER, SAMT LÅNGIVARE OCH/ELLER Borgenär för ett antal butiksbolag.

