

# Au Holding AB (publ.) Inbjudan till teckning av aktier

Upprättat i samband med nyemission  
med företrädesrätt för bolagets aktieägare.





# AU Holding genomför nyemission

Kina är ett land i stark ekonomisk tillväxt och den kinesiska dentalmarknaden växer kraftigt. För att till fullo kunna utnyttja den potential som finns i Kina har styrelsen fastslagit att bolaget behöver tillskott av kapital.

## Nyemission

Styrelsen har den 13 september 2007 beslutat att genomföra en nyemission med företrädesrätt för befintliga aktieägare av 29 084 175 aktier. Emissionen grundar sig på det bemyndigande som styrelsen erhållit av ordinarie årsstämma den 14 juni 2007. För varje fyrtal (4) innehavda aktier ges rätt att teckna 1 ny aktie. Teckningskursen har fastställts till 0,30 sek per aktie. Om nyemissionen fulltecknas tillförs bolaget 8 725 252,50 kronor före emissionskostnader, vilka beräknas uppgå till cirka 200 000 kronor. Vid fulltecknad emission kommer de nya aktierna motsvara 20 % av aktierna och rösterna i bolaget.

## Bakgrund och motiv

Nyemissionen görs med syfte att säkerställa behovet av rörelsekapital för vidareutveckling av verksamheten i Kina, samt nya marknader. Handeln med ädelmetaller är kapitalintensiv, och den senaste försäljningstillväxten i Kina har medfört ökat behov av lagerhållning och kreditgivning. Tillskott av rörelsekapital genom nyemission säkerställer bolagets möjlighet att expandera i den takt som det finns förutsättningar för. I dagsläget ser ledningen risker att behöva begränsa försäljningen på grund av likviditetsbrist i fall nytt rörelsekapital inte tillförs. Kapitalet skall således inte tillföras för ökade kostnader eller särskilda investeringar.

## Au Holding

### Affärsidé

Au Holdings affärsidé är att äga och utveckla bolag inom ädelmetallbranschen där en stark marknadsposition kan uppnås. Verksamheten skall utökas genom förvärv inom befintliga och nya verksamhetsområden.

### Mål & vision

Au Holdings målsättning är att uppnå ledande positioner inom guldbranschen både i norden och i andra delar av världen, med fokus på Asien. Bolagets strategiska inriktning är att fokusera på aktivt ägande. Syftet med ägandet är att utveckla de helägda dotterbolagen och därmed skapa en god avkastning på investeringen för Au Holdings aktieägare. Ägarrollen skall vara klart definierad och för varje bolag som förvärvas definieras tydliga mål med innehavet. Eventuell exit skall ske på ett ansvarsfullt sätt med hänsyn tagen till Au Holdings långsiktiga utveckling.

**Huvudägare motsvarande 37,4 % av aktierna och rösterna i bolaget har meddelat att man kommer att försvara sin andel.**

# Dentalguld och Kina

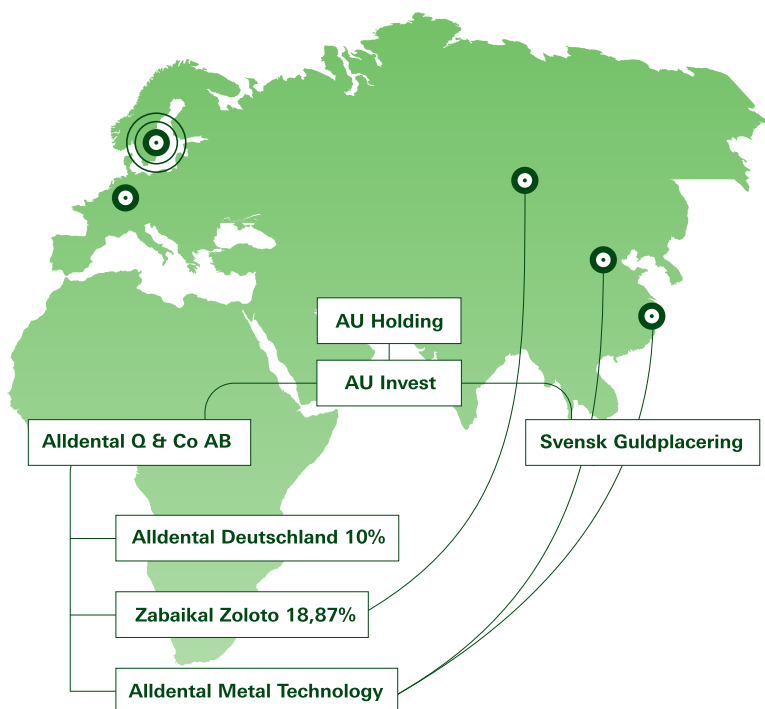
## Dentalguld

Guldbaserade legeringar, s.k. dentalguld utgör grunden i dentala proteser. Dentalbranschen är en stor konsument av guld; årligen förbrukas flera ton guld för dentala rekonstruktioner. Än idag, trots många nya alternativa produkter, är dentalguld det mest utbredda och använda materialet. Legeringarna klassificeras som medicinska produkter och produktionsprocesserna kontrolleras och regleras av ISO och CE certifiering.



## Kina – en jätte som fortsätter växa

Mycket har skett i Kina under de senaste 60 åren. Mellan 1949 och 1976 var Japan Asiens tillverkningscentrum och Kina hade en planekonomi under Maos ledning. Landet var helt stängt och kulturrevolutionen satte sina spår. På 80 talet öppnade Deng Xiaoping marknaden, men det var inte förrän på 90 talet som Kina hade något som liknade en marknadsekonomi. Den privata sektorn stod då för 70 % av produktionen och press från bl.a. WTO påskyndade förändringsprocesserna. Under 2000-talet ser man trender som privatisering, urbanisering och globalisering.



## Dentalbranschen i Kina

### Från underutvecklad till viktig aktör

Den kinesiska marknaden för dentala legeringar av ädelmetall är en relativt ung marknad. Det första året dentalguld användes i stor skala i Kina var år 2000, och då såldes endast fem kilo legeringar. Idag används runt fem ton guld årligen i Kina inom dentalbranschen, och den siffran fortsätter öka. Enligt Exportrådet kommer marknaden ha en tillväxttakt på över 25 % under åtminstone de kommande fem åren.

### Inhemsk efterfrågan ökar

Ny levnadsstandard leder till bättre tandhygien. Ökad inkomst och dålig munhygien leder till en ökad inhemsk efterfrågan av tandvård: Snittinkomsten i Peking har sedan år 2000 fördubblats, och 97 % av alla kineser anses vara i behov av dentala restaurationer. Urbaniseringen ökar tillgängligheten till tandvård för patienten samt ökar kundbasen för de stora laboratorierna, vilket leder till lägre priser och möjligheten för laboratorierna att göra fortsatta investeringar.



## Samtidigt skiftar marknaden från väst till Kina

En betydande del av dentalmarknaden i Kina utgörs av export av arbete. I södra Kina finns stora laboratorier som producerar dentala proteser i stor skala för kunder i väst. Tandguldsmarknaden i Kina är sju gånger mindre än i Europa trots att befolkningen är tre gånger större. Den Europeiska marknaden omsätter runt 7000 Mkr. I Kina väntas marknaden uppgå till 1000 Mkr för 2007. Europa (EU) har 456 miljoner invånare och Kina 1,3 miljarder. Det visar tydligt att den kinesiska dentalmarknaden ännu är mycket ung och att den förväntas fortsätta att växa ett bra tag framöver. Ökad kunskap och anammandet av nya tekniker

- kinesisk medelklass 300 miljoner
- befolkning 1,3 miljarder
- tillväxt första kvartalet 2007 11,7 %
- BNP per capita 2040 USD
- Kinas valutaserver 1074 miljarder USD
- ett land med stora kontraster
- stark urbanisering
- starkt ökande köpkraft



**Pudong distriktet i Shanghai** En sjudande metropol med 20 miljoner innevånare; en symbol för dagens Kina

i Kina leder till ökad användning av kinesiska laboratorier som underleverantörer till tandläkare i väst. Detta gäller även EU, vilket innebär att en väsentlig del av marknaden för dentala ädelmetall legeringar i Europa successivt kommer att förflyttas till Kina, då det är laboratorierna och inte tandläkarna som är köpare av tandguld.

### Varför köper Kina från Väst?

Mer än 90 % av tandguldsmarknaden i Kina utgörs av import från väst. Lokala producenter erbjuder lägre priser, men vinner inte marknadsandelar på grund av sviktande kvalitet och en djupt förankrad uppfattning om att det som kommer från väst är bättre. Samtidigt är det viktigt att ta globaliseringen i beaktning; oftast kräver västerländska tandläkare att laboratorierna ska använda västerländska produkter som förutsättning för att anlita dem som underleverantörer.

### Alldental i Kina

#### Registrerat i Kina – direkta resultat

Sedan juli 2007 innehar Alldental slutgiltig registrering hos den kinesiska myndigheten SFDA (State Food and Drug Administration). Registreringen har stor betydelse för Alldental som lokal aktör på den kinesiska marknaden. Tidigare har Alldental endast kunnat nå en mycket begränsad del av marknaden i Kina. Den nu erhållna registreringen ger Alldental möjlighet att sälja legeringar till samtliga kunder på

marknaden, däribland viktiga aktörer som statliga sjukhus, universitet och större laboratorier.

Sedan registreringen blivit klar har nya kunder tillkommit, stora som små. "Hospital of Stomatology, Fourth Military Medical University", i Xi'an har gått över till att använda Alldentals dentala ädelmetall legeringar. "Beijing Stomatological Hospital, Capital Medical University", avser köpa legeringar från Alldental för ca 5 Mkr per år, vilket motsvarar drygt 30 kg guldlegeringar (ca 25 % av Alldentals försäljning till Kina under 2006).

### Alldental har idag en unik utgångspunkt

**Alldental kan nu dra nytta av västvärldens och Sveriges goda renommé och samtidigt agera på den kinesiska marknaden med samma förutsättningar som lokala producenter.**

### Alldentals läge i Kina

Bolaget har inför registreringen hos SFDA gjort en stor del förarbete i Kina. Alldental besitter idag nödvändiga registreringar, har en stark kundbas och är ett erkänt och uppskattat varumärke. Dessutom har Alldental ett helägt dotterbolag i Kina med fullständiga rättigheter och en kompetent och driven personal. Med denna starka grund har Alldental alla förutsättningar att bli en ledande aktör på den kinesiska marknaden för dentala guldlegeringar.



**2007.09.07**  
Avtal med sjukhus  
säkerställer orderingång

**2007.08.30**  
Allidental i Dubai

**2007.08.27**  
Ytterligare ett sjukhus i  
Kina kund hos Allidental

**2007.08.13**  
Militärsjukhus i Kina  
ny kund hos Allidental

**2007.08.07**  
SFDA godkänner Allidental i Kina

**2007.06.11**  
Framgångsrik mässa i Kina  
bra orderingång

**2007.06.04**  
Toppsäljare i Kina går  
över till Allidental

### Allidental – en lokal aktör

Allidental kan idag dra nytta av alla fördelar som en lokal aktör har. Allidental är en av de få västerländska aktörerna med en fullständig organisation i Kina. Alldentals personal är kineser med lokal kännedom och lokal förankring som på ett unikt sätt kan närma sig slutkunder. Detta innebär ett mindre beroende av återförsäljare samt ökade marginaler. En lokal organisation minskar kostnaderna med import och Allidental kan dra nytta av samma fördelaktiga regler och skatteförhållanden som inhemska producenter.

### Allidental – ett svenskt varumärke

Det är viktigt att Allidental är ett svenskt varumärke. Som skandinavians största producent står Allidental för västerländsk kvalitet. Trots att Kina har en import-restriktiv policy importeras mer än 90 % av allt tandguld från väst. Givetvis finns det lokala producenter som erbjuder lägre priser, men de vinner inte marknadsandelar dels på grund av sviktande kvalitet, men framför allt på grund av en djupt förankrad uppfattning om att det som kommer från väst är bättre. Som nämnt ovan sker ett globalt skifte av marknaden; de kommande åren kommer en stor del av den västerländska marknaden förflyttas till Kina. Västerländska tandläkare anlitar kinesiska laboratorier som underleverantörer och kräver oftast att laboratorierna använder västerländska produkter. Detta stärker västerländska varumärkens position på den kinesiska marknaden.

### Allidental i Kina - unika förutsättningar

Dentalbranschen är en stor konsument av guld och Kina är ett land i stark ekonomisk tillväxt. En stadigt ökande inhemsk efterfrågan och ett globalt skifte av marknaden mot Kina gör att dentalmarknaden växer kraftigt. Västerländska varumärken värderas väldigt högt. Allidental etablerar sig i ett tidigt skede på en marknad med stark tillväxt och enorm potential, och har ur marknadsperspektiv mycket goda förutsättningar.

# Villkoren i sammandrag



**Företrädesrätt** För varje fyrtal (4) innehavda aktier ges rätt att teckna 1 ny aktie.

**Sista dagen för handel med rätt till deltagande i nyemissionen** 20 september 2007

**Första dag aktien handlas exklusive rätt att delta i emissionen** 21 september 2007

**Avstämningsdag** 25 september 2007

**Teckningskurs** 0,30 kronor per aktie

**Teckningstid** 28 september - 16 oktober 2007

**Handel med teckningsrätter** 28 september - 11 oktober 2007

**Handel med betalda tecknade aktier** 28 september 2007 och pågår till dess emissionen blivit registrerad

**Teckning med företrädesrätt** Teckning sker under teckningstiden genom samtidig kontant betalning.

**Teckning utan företrädesrätt** Anmälan om önskemål om teckning skall

ske under teckningstiden, det vill säga senast 16 oktober 2007.

**Betalning för tecknade aktier utan företrädesrätt** Betalning skall ske enligt utskickad avräkningsnota.

**Antal aktier före emission** 116 336 700 st.

**Antal nya aktier vid fulltecknad emission** 29 084 175 st.

**Antal aktier efter emission vid fulltecknad emission** 145 420 875

**Tillfört kapital vid fulltecknad emission** 8 725 252,50 sek.

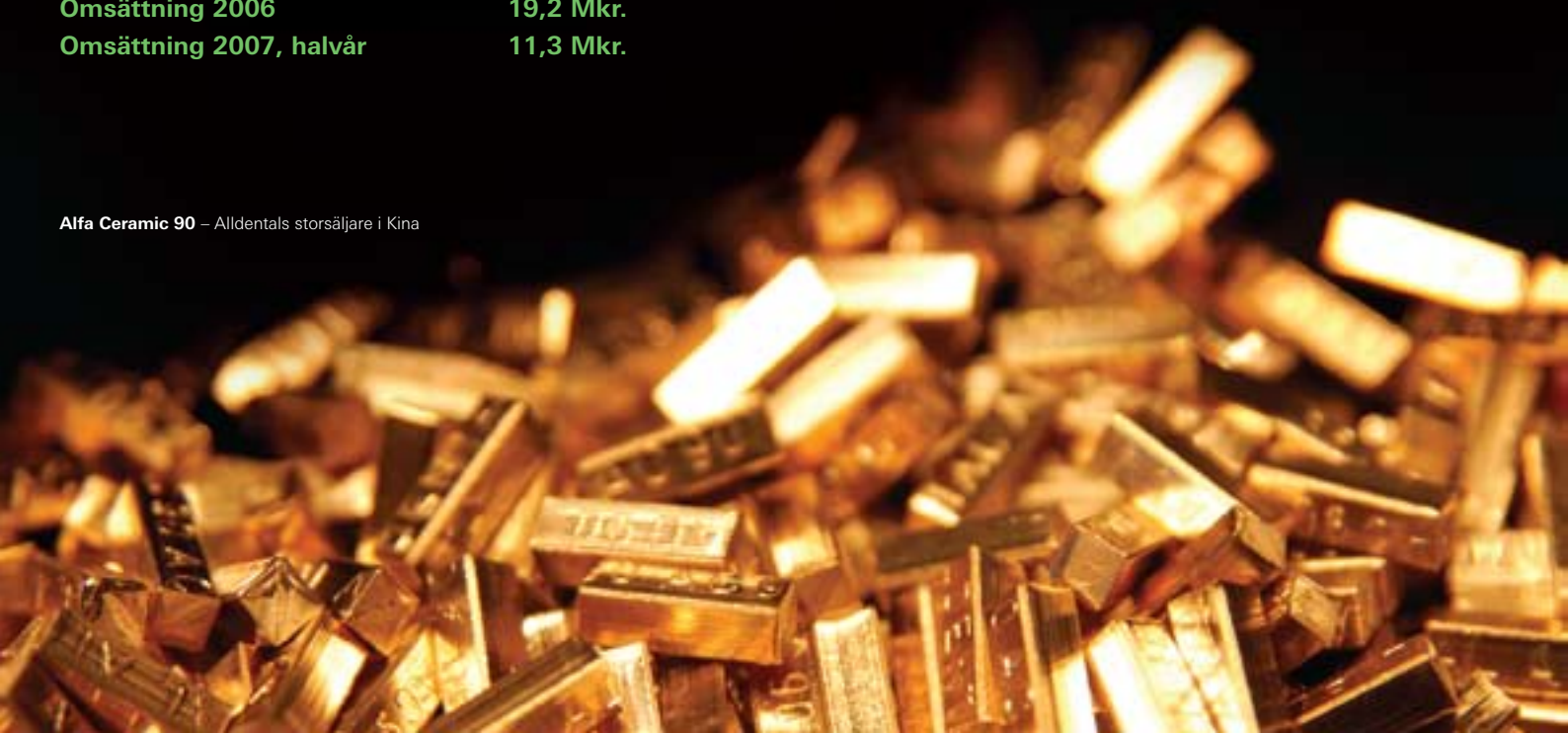
**Emissionskostnader** 200 tkr. (Uppskattning)

## Nyckeltal för koncernen

	2007.06.30	2006.12.31
<b>Rörelsens intäkter</b>	30 052 249 kr	47 003 449 kr
<b>Rörelseresultat</b>	340 025 kr	-2 214 421 kr
<b>Soliditet</b>	35 %	33 %

### Verksamheten i Kina

<b>Omsättning 2005</b>	0,9 Mkr.
<b>Omsättning 2006</b>	19,2 Mkr.
<b>Omsättning 2007, halvår</b>	11,3 Mkr.



"Alldental erhöll registreringen från SFDA i juli månad i år. Registreringen var den viktigaste tröskeln för Alldental i Kina. Nu kan expansionen påbörjas i stor skala."



Alldental började sälja guldlegeringar till Kina i slutet av 2005. Att Kina är en enorm marknad var uppenbart, men att försäljningen skulle gå så bra som den gick var över förväntan. Budgeten på 5,5 Mkr till Kina under 2006 slogs med råge, och landade för helåret på 19,2 Mkr.

De aktieägare som följt bolagets utveckling vet att försäljningsutvecklingen i Kina varit bra och att Alldental nu är en viktig aktör på den kinesiska tandguldsmarknaden. Bolaget har medverkat vid alla de viktigaste mässorna, mycket reklam och marknadsföring har gjorts löpande, och Alldentals varumärke är nu välkänt i branschen. Alldentals uppfattas som ett starkt varumärke som står för kvalitet, service och innovation.

Men de vet också att interna problem inom SFDA (State Food and Drug Administration, myndigheten där medicinska produkter skall registreras) har lett till förseningar och bromsat utvecklingen. Detta har givetvis varit olyckligt, men när man ger sig in i en marknad som Kina så måste man vara medveten om riskerna. Kina är ett land som gått igenom enorma förändringar de senaste åren, och situationen är inte lika stabil på alla plan som vi är vana vid i Sverige. Detta kan medföra problem av den typen Alldental råkat ut för, men det är också det som gör att Kina är ett land fyllt av möjligheter, och en mycket spännande marknad att arbeta på.

Alldental erhöll registreringen från SFDA i juli månad i år. Registreringen var den viktigaste tröskeln för Alldental i Kina. Nu kan expansionen påbörjas i större skala.

Ökad försäljning medför ökad belastning på likviditeten. Redan i dagsläget har Alldental en effektiv lagerföring, och omsätter lagret nästan tio gånger per år. När den kinesiska marknaden nu ligger öppen för Alldental medför en ökad försäljning ett behov av tillskott av rörelsekapital. Handeln med ädelmetaller är kapitalintensiv. Även om större delen av försäljningen i Kina sker med förskotts betalning innebär det en belastning på likviditeten. För att slippa bromsa utvecklingen och till fullo kunna utnyttja den potential som finns har styrelsen fastslagit att bolaget behöver tillskott av kapital. Det är viktigt att nämna att AU Holding inte gör en emission för att finansiera en investering eller ta på sig nya kostnader. Pengarna behövs för att kunna hantera den likvida situationen som uppstår i och med den förväntade försäljningsökningen som nu står för dörren.

Alldental har i väntan på registreringen från SFDA gjort en hel del förarbete. Bolaget har i dag ett helägt dotterbolag i Kina med kompetent och driven personal, flera viktiga registreringar, en stark kundbas och ett välkänt och uppskattat varumärke. Med denna starka grund har Alldental alla förutsättningar för att bli en ledande aktör på den kinesiska marknaden för dentala guldlegeringar.

**Stockholm, September 2007**  
**Darius Stenberg**  
**VD**



**Bio Odin U** – Trots en guldhalt på 77,5 % är metallen vit då den legeras med bl.a. platina och palladium.



Detta dokument är en komprimerad version av det memorandum som upprättats i samband med bolagets nyemission. Syftet med dokumentet är endast att ge en kortfattad information om erbjudandet att teckna aktier i bolaget. En investering i aktier är alltid förknippad med risk, och detta dokument innehåller inte all information som kan behövas för ett investeringsbeslut. Den som överväger att investera i bolaget uppmanas därför att ta del av det fullständiga memorandumet i sin helhet, vilket finns tillgängligt för nerladdning på [www.auholding.se](http://www.auholding.se), [www.aktieinvest.se](http://www.aktieinvest.se) och [www.aktietorget.se](http://www.aktietorget.se).