



Företagsekonomiska institutionen  
Extern redovisning och företagsanalys  
D-nivå

---

**02/03:20D**

---

**Granskning av användbarhet hos  
informationsdokument som lämnas  
i samband med nyemission**

**- en fallstudie av Ericsson**

---

**Handledare:** Inga-Lill Johansson  
Gudrun Baldvinsdottir

---

Mark Elander            740101  
Anna Johansson        771013



## Sammanfattning

**Examensarbete i företagsekonomi, Handelshögskolan vid Göteborgs universitet, Extern redovisning och företagsanalys, Magisteruppsats, HT02**

**Författare:** : Mark Elander och Anna Johansson

**Handledare:** Inga-Lill Johansson och Gudrun Baldvinsdottir

**Titel:** Granskning av användbarhet hos informationsdokument som lämnas i samband med nyemission - en fallstudie av Ericsson

**Bakgrund och problem:** När företag gör nyemissioner skickar de oftast ut olika informationsdokument: Ett prospekt och en förenklad och förkortad informationsbroschyr. Dessa har olika innehåll och målgrupper. Prospektets innehåll regleras i lag, medan broschyrens endast i rekommendationer. Det finns därför incitament för företag att presentera informationen på ett mer övertygande sätt i broschyren. Därmed kan användbarheten i de olika dokumenten påverkas.

**Syfte:** Att jämföra de två informationsdokument som företag i huvudsak använder sig av i samband med nyemissioner, för att undersöka vilka skillnader i kvalitativa egenskaper som finns mellan dem. Vidare är syftet att undersöka om de skillnader som finns allvarligt påverkar användarnas förutsättningar att fatta investeringsbeslut.

**Avgränsningar:** Av den samlade informationsgivningen som lämnas vid nyemission analyserar vi endast den svenska översättningen av det internationella prospektet och den svenska informationsbroschyren. Av de kriterier som finns för redovisningsinformations användbarhet använder vi bara relevans, tillförlitlighet och begriplighet.

**Metod:** I uppsatsen gör vi en jämförelse mellan prospektet och informationsbroschyren för att utreda hur de skiljer sig åt i fråga om kvalitativa egenskaper, som behövs för att redovisningsinformation ska vara användbar. Kriterierna för att fastställa vilka egenskaper redovisningsinformation ska ha för att vara användbar har vi hämtat i redovisningslitteratur från svenska specialister på redovisning. Denna litteratur har sedan använts för att göra en analys av texterna.

**Resultat och slutsatser:** Broschyren är mer begriplig beträffande den övergripande strukturen och hierarkin, och även totalt sett. Prospektet är mer begripligt i de väsentliga delarna. Beträffande relevansen och tillförlitligheten är prospektet genomgående mer relevant och tillförlitligt, och skillnaderna är störst i de väsentliga delarna. De skillnader som finns i kvalitativa egenskaper mellan prospektet och informationsbroschyren leder till att användaren av informationsbroschyren får avsevärt mindre användbart beslutsunderlag. Skillnaderna är av en sådan allvarlig art att de påverkar förutsättningarna att fatta investeringsbeslut.



<b>1 INLEDNING</b> .....	<b>3</b>
<b>2 PROBLEM</b> .....	<b>5</b>
2.1 PROBLEMFÖRMULERING .....	5
2.2 SYFTE .....	7
2.3 AVGRÄNSNINGAR .....	7
2.4 CENTRALA BEGREPP .....	7
<b>3 METOD</b> .....	<b>9</b>
3.1 METODVAL .....	9
3.1.1 Val av perspektiv.....	9
3.1.2 Undersökningsmetod.....	9
3.1.3 Val av undersökningsobjekt .....	9
3.2 TILLVÄGAGÅNGSSÄTT .....	10
3.2.1 Uppsatsens förfarande .....	10
3.2.2 Datainsamling.....	10
3.2.3 Tillförlitlighet.....	11
3.2.4 Källkritik .....	11
<b>4 TEORETISK REFERENSRAM</b> .....	<b>12</b>
4.1 KVALITATIVA EGENSKAPER HOS INFORMATIONEN.....	12
4.1.1 Relevans .....	12
4.1.2 Tillförlitlighet.....	12
4.1.3 Begriplighet.....	13
<b>5 NYEMISSIONEN OCH INFORMATIONSDOKUMENTEN</b> .....	<b>15</b>
5.1 BAKGRUNDEN TILL NYEMISSIONEN.....	15
5.2 NORMER FÖR INFORMATIONSDOKUMENTEN .....	16
5.2.1 Normer och normgivare i Sverige.....	16
5.2.1.1 Aktiebolagslagen.....	16
5.2.1.2 Lag om handel med finansiella instrument.....	16
5.2.1.3 Lag om börs- och clearingverksamhet.....	16
5.2.1.4 Näringslivets Börskommittés rekommendation.....	17
5.2.1.5 Finansinspektionens föreskrifter .....	17
5.3 INFORMATIONSDOKUMENTEN .....	17
5.3.1 Tabell över innehållet i informationsdokumenten .....	17
5.3.2 Övergripande struktur och hierarki.....	18
5.3.2.1 Prospektet.....	18
5.3.2.2 Informationsbroschyren .....	18
5.3.2 Innehållet i informationsdokumenten .....	19
5.3.2.1 Prospektet.....	19
5.3.2.2 Informationsbroschyren .....	25
<b>6 ANALYS</b> .....	<b>28</b>
6.1 ANALYS AV ÖVERGRIPANDE STRUKTUR OCH HIERARKI .....	28
6.2 ANALYS AV INNEHÅLLET I DOKUMENTEN .....	28



6.2.1 Jämförbara delar .....	29
6.2.2 Ej jämförbara delar .....	35
<b>7 AVSLUTNING.....</b>	<b>38</b>
7.1 SLUTSATSER .....	38
7.2 FÖRSLAG TILL FORTSATTA STUDIER.....	39
<b>KÄLLOR .....</b>	<b>40</b>
 <b>BILAGA</b>	



## 1 Inledning

Företag kan skaffa nytt kapital på flera sätt. De kan mobilisera kapital internt genom att balansera de eventuella vinster som uppkommer genom företagets verksamhet, och de kan söka extern finansiering. Extern finansiering innebär bland annat att ta lån, ge ut obligationer och skuldebrev samt – för företag som är börsnoterade – göra nyemissioner.<sup>1</sup> Nyemissioner riktar sig normalt till de nuvarande aktieägarna i första hand och innebär att bolaget erbjuder dessa att köpa nya aktier, ofta till ett mycket förmånligt pris. Aktieägarna kräver inte lika hög säkerhet som bankerna, vilket gör att företag med låg soliditet ibland föredrar att stärka sina finanser genom nyemission. Aktieägarna kompenseras emellertid för den högre risken genom en bättre avkastning. Genom försäljningen av nya aktier tillförs bolaget likvida medel och ökar därmed sitt aktiekapital. Detta gör att balansräkningen blir starkare, vilket i sin tur också ger bolaget ökade möjligheter att låna pengar och få bättre lånevillkor.<sup>2</sup>

I samband med nyemissioner är företag i normalfallet skyldiga att skicka ut prospekt, där bland annat teckningskurs och emissionens storlek samt syfte förklaras. Prospektet ska enligt lag redogöra för allt som en investerare kan tänkas behöva känna till för att fatta investeringsbeslut, det vill säga varje förhållande av väsentlig betydelse för bolagets verksamhet ska behandlas i prospektet.<sup>3</sup> Information som ges ut i prospekt i samband med nyemission regleras i *Aktiebolagslagen*, *Lag om handel med finansiella instrument* (LHF), *Lag om börs- och clearingverksamhet*, *Finansinspektionens föreskrifter* och genom rekommendationer från *Näringslivets Börskommitté* (NBK). Dessa regelverk är tämligen utförliga, vilket gör att prospekten blir detaljerade och strikta med risk för minskad läsbarhet. Trots detta är de det huvudsakliga informationsdokument som företag använder sig av för att kommunicera med aktieägarna vid en nyemission.

Det finns risk att problem uppstår vid denna kommunikation. Det är till exempel inte säkert att användarna tolkar den information företaget sänder ut på det sätt som företaget avsett. Detta kan vara problematiskt ur företagets synvinkel, bland annat därför att det kan minska användarnas villighet att delta i nyemissionen. Kommunikationsproblemen kan uppstå i och med att information ges mening först när mottagaren sätter in den i ett sammanhang, och sammanhanget varierar beroende på olika egenskaper hos mottagaren.<sup>4</sup> För att öka sannolikheten att informationen tolkas på det sätt företaget avsett måste företaget därför känna till mottagaren. Med tanke på att informationens mottagare består av företagets aktieägare, som är en blandad grupp, kan detta vara en svår uppgift. Ett sätt att öka kännedomen om mottagarna är dock att segmentera aktieägarna i olika mottagargrupper, så kallade målgrupper. Dessa kan segmenteras efter ålder, kön, aktieinnehav eller efter andra kriterier.<sup>5</sup> Om mottagarna är väl segmenterade kan företaget bättre anpassa informationen till de olika målgruppernas behov. Därmed ökar sannolikheten att de tolkar informationen på det sätt företaget avsett.

<sup>1</sup> SOU 2001:1, *Ny aktiebolagslag*

<sup>2</sup> [www.aktietrend.se](http://www.aktietrend.se), 2002-11-21

<sup>3</sup> Finansinspektionens föreskrifter om prospekt; 3 kap

<sup>4</sup> Jönsson, s. 417

<sup>5</sup> *Ibid*, s. 417



En undersökning gjord av Bohlin (1987), visar att företag bör segmentera aktieägarna efter ekonomisk kompetens, och anpassa informationen efter den kompetensgrad som finns inom de olika målgrupperna. I samband med nyemission sker detta ofta genom att företag av kostnadsskäl med mera ger ut förenklade versioner av prospekten, så kallade informationsbroschyrer. Som påpekas nedan riktar sig dock dessa inte enbart till aktieägare med låg kompetens utan också till den stora och sammansatta gruppen småsparare. Generellt är dock småspararna mindre kompetenta än storägarna, av orsaker som behandlas nedan. Segmenteringen är därför tämligen välgjord. Syftet med informationsbroschyerna är att presentera och sammanfatta informationen i prospektet på ett enkelt och överskådligt sätt. Till skillnad från prospekten är dock innehållet i informationsbroschyerna inte reglerat i lag. De enda riktlinjerna för innehållet i dem återfinns i mycket kortfattade rekommendationer från NBK. Det finns även studier, som till exempel Bohlins, som visar vad informationsbroschyrer och annan förenklad redovisningsinformation bör innehålla och hur de bör vara utformade.



## 2 Problem

### 2.1 Problemformulering

Enligt Bohlins studie, som behandlar kommunikationssvårigheter mellan producenter och mottagare av redovisningsinformation, bör företag alltså anpassa informationen efter de olika målgruppernas kompetens. Som nämndes ovan sker detta i samband med nyemission genom att företag i huvudsak använder sig av två typer av informationsdokument, prospekt och informationsbroschyrer. Dessa skiljer sig åt både ifråga om innehåll och målgrupp. Prospektet vänder sig normalt till de större aktieägarna med hög kompetens, medan informationsbroschyren i allmänhet vänder sig till småsparare och aktieägare med mindre kompetens. De större aktieägarna, som ofta består av investmentbolag och liknande, har i regel anställda finansanalytiker som kan granska informationen i prospekt på ett utförligt sätt, vilket underlättar för dem att fatta investeringsbeslut. Studier tyder på att det inte finns några individuella skillnader mellan finansanalytikers förmåga att bedöma sådant som vinst och avkastning.<sup>6</sup> De kan därmed betraktas som en relativt homogen grupp. Som visas i kapitel 4 kan information som riktar sig till homogena grupper vara mer komplicerad än sådan som riktar sig till heterogena grupper.

De större aktieägarna behöver därför inte en förenklad informationsbroschyr. Denna riktar sig istället i första hand till de aktieägare som inte är lika kapabla att tolka ekonomisk information.<sup>7</sup> Denna grupp kallas vanligtvis för "småspararna", trots att belägg saknas för att de med litet aktieinnehav är mindre kompetenta än de med stort. I själva verket är småspararna en mycket heterogen grupp med stora variationer i graden av kompetens.<sup>8</sup> Det är dock rimligt att anta att de inte har lika hög kompetens som de analytiker de stora ägarna anlitar, och därför är en uppdelning i målgrupperna *stora aktieägare* och *småsparare* ändå befogad.

Frågan som uppstår är därför hur företag ska anpassa informationen i informationsbroschyren till småspararmålgruppens kompetens, och därmed öka sannolikheten att de tolkar informationen på det sätt företaget avsett. Bohlin påpekar att företag kan reducera kommunikationsproblemen med denna grupp, genom att välja ut den information som kan anses mest relevant för att svara på de frågor som dessa kan förväntas ställa. I övrigt menar han att informationen i broschyren ska vara baserad på den i prospektet, men kraftigt nedkortad. Den ska vara förenklad genom att ord och begrepp förklaras, och genom att fackord ersätts med enklare ord. Informationen ska också vara beslutsorienterad.<sup>9</sup> Inget av ovanstående får dock göra informationen missvisande. Sammanfattningsvis innebär detta att informationen i broschyren ska vara lika användbar vid beslut om eventuell investering som den i prospektet.

För att information ska kunna klassas som användbar krävs dock att den uppfyller fler kriterier än de Bohlin nämner. Enligt Falkman (2000) är användbar information sådan

---

<sup>6</sup> Olbert, s. 31

<sup>7</sup> Bohlin, s. 55, 125 och 126

<sup>8</sup> Ibid, s. 47

<sup>9</sup> Ibid, s. 145 ff



information som har ett antal kvalitativa egenskaper, däribland relevans, tillförlitlighet och begriplighet<sup>10</sup>. Om de ovan nämnda kraven tillgodoses ska alltså användbarheten och därmed de kvalitativa egenskaperna, vara ungefär lika i den information som når de båda målgrupperna. Med tanke på den kraftigt nedbantade volymen i informationsbroschyren är det dock omöjligt att inte viss användbar information försvinner. De kvalitativa egenskaperna påverkas rimligtvis negativt av nedbantningen som görs. Ingen broschyr kan täcka all information som finns i ett prospekt; det är därför en avvägningsfråga mellan utrymme och kvalitativa egenskaper när företag väljer att banta ned informationen. Hur denna avvägning görs påverkar användbarheten hos broschyren och därmed de olika målgruppernas förutsättningar att fatta beslut. Som visas nedan är utrymmes- och förenklingsskäl dock inte enda skälet till att skillnader i kvalitativa egenskaper kan finnas mellan de båda informationsdokumenten.

Då aktieägarna inte måste delta i nyemissionen finns en risk att den inte blir fulltecknad, vilket kan innebära stora problem för företag. Därför vill gärna företag presentera informationen till alla aktieägare på ett så fördelaktigt sätt som möjligt, i förhoppning att de ska övertygas om fördelarna med att teckna sig för nyemissionen. Detta är mycket svårare att göra i prospektet än i informationsbroschyren, eftersom prospektets innehåll och utformning är så noga reglerat i lagar och föreskrifter. Något sådant regelverk existerar inte beträffande broschyren, och därför finns ett incitament för företag att utforma innehållet i den på ett mer övertalande sätt utan att för den skull bryta mot någon lag. Om utformningen är vinklad påverkas rimligtvis de kvalitativa egenskaperna hos informationen, men det är inte säkert att detta uppfattas av användaren. Av ovanstående anledningar är det intressant att utreda de skillnader i kvalitativa egenskaper som finns mellan de två typerna av informationsdokument:

*Hur skiljer sig de olika informationsdokument som lämnas i samband med nyemission åt, ifråga om kvalitativa egenskaper?*

Svaret på denna fråga visar bland annat hur företag gjort avvägningar mellan utrymme och kvalitativa egenskaper i informationen som lämnas i samband med nyemission. I det fall skillnaderna är väsentliga finns dessutom skäl att misstänka att företaget avsiktligt gett missvisande information, även om detta naturligtvis inte går att bevisa. Om en god avvägning gjorts kan dock broschyren ha en tämligen hög användbarhet. Men om väsentliga fakta utelämnas i broschyren eller om andra allvarliga skillnader finns i de kvalitativa egenskaperna är broschyren inte användbar, eftersom informationen då blir missvisande. Det ska dock påpekas att innehållsmässiga skillnader i beslutsunderlag hos de olika målgrupperna, inte med nödvändighet behöver betyda att besluten blir olika. Samma beslutsunderlag kan leda till olika beslut hos olika användare, och analogt kan olika beslutsunderlag leda till samma beslut.<sup>11</sup> Utgångspunkten måste dock vara att skillnaderna i kvalitativa egenskaper inte får vara så stora att användbarheten påverkas allvarligt. Därför ställer vi följande delfråga:

<sup>10</sup> Falkman använder begreppet *Förståelse*

<sup>11</sup> Jönsson, s. 418





*Är de skillnader som finns i kvalitativa egenskaper i prospekt och informationsbroschyr av sådan art, att de allvarligt påverkar användarnas förutsättningar att fatta investeringsbeslut?*

## 2.2 Syfte

Syftet med uppsatsen är att jämföra de två informationsdokument som företag i huvudsak använder sig av i samband med nyemissioner, för att undersöka vilka skillnader i kvalitativa egenskaper som finns mellan dem. Vidare är syftet att undersöka om de skillnader som finns allvarligt påverkar användarnas förutsättningar att fatta investeringsbeslut.

## 2.3 Avgränsningar

Informationen som tillhandahölls investerarna i samband med nyemissionen presenterades på olika sätt och i skilda former. Av den samlade informationsgivningen som lämnas vid nyemission analyserar vi endast den svenska översättningen av det internationella prospektet och den svenska informationsbroschyren. Av de kriterier som finns för redovisningsinformations användbarhet använder vi bara relevans, tillförlitlighet och begriplighet, eftersom de övriga, till exempel jämförbarhetskriteriet, är ointressanta då vi inte jämför information över tid eller jämförelser mellan flera företag. Dessutom kan eventuellt fler kriterier finnas för redovisningsinformations användbarhet än de Falkman nämner, vilka vi inte heller berör. Investeringsbeslutet påverkas också av den kompletterande information som kommer från medier; tv, tidningar och liknande.

I uppsatsen analyseras inte hur sådan information kan komplettera de eventuella skillnader i användbarhet som finns mellan informationsdokumenten. Vid utformning av information är det av betydelse för sändaren att känna till hur mottagaren använder informationen. För att kunna använda sig av redovisningen måste användaren förstå redovisningens terminologi och regler samt vad posterna i redovisningen betyder. Användarnas kunskaper i redovisning blir således avgörande för deras förståelse av komplicerad information. En undersökning av sändarens uppfattning om mottagaren respektive användarnas kunskaper ligger dock utanför ramarna för denna uppsats.

## 2.4 Centrala begrepp

Nedan förklaras de viktigaste begreppen i uppsatsen.

*Allvarlig påverkan.* Begreppet avser sådan påverkan, som kan misstänkas leda till att användaren fattar ett annat beslut än om denna påverkan inte hade skett.

*Användbar information.* Med detta avses information som har vissa *kvalitativa egenskaper*.



*Information.* Med information avses data som tolkas av mottagaren. Information är således data som har form, då den har strukturerats eller organiserats för att mottagaren ska kunna tolka den.

*Informationsbroschyr* eller *broschyr.* Avser den svenska informationsbroschyr som upprättades i samband med Ericssons nyemission 2002.

*Informationsdokument* eller *dokument.* Avser den svenska informationsbroschyren eller den svenska översättningen av det internationella prospektet som upprättades i samband med Ericssons nyemission 2002 eller båda.

*Kommunikation.* Avser överföring av information mellan sändare och mottagare, och hur mening i informationen uppstår. I uppsatsen är företaget Ericsson sändare och aktieägarna mottagare.

*Kvalitativa egenskaper* eller *kvalitativa kriterier.* Avser tre av de egenskaper som redovisningsinformation ska ha för att vara användbar enligt Falkman, nämligen relevans, tillförlitlighet och begriplighet.

*Målgrupp.* Med målgrupp avses en grupp med aktieägare, som är indelad efter kompetens och aktieinnehav. Två målgrupper behandlas i undersökningen:

*Stora aktieägare.* Dessa utgörs av aktieägare med stort aktieinnehav, till exempel investmentbolag, vilka vanligtvis har anställda analytiker med hög kompetens. Dessa betraktas som en relativt homogen grupp.

*Småsparare.* Dessa utgörs av aktieägare med litet aktieinnehav och varierande kompetens. Generellt sett har de dock lägre kompetens än storägarna, då de inte har tillgång till finansanalytiker som kan hjälpa dem att granska informationen.

*Prospekt.* Avser den svenska översättning av det internationella prospektet som upprättades i samband med Ericssons nyemission 2002.

*Väsentliga delar.* Med dessa delar avses sådana delar som är viktiga för att ”kunna göra en välgrundad bedömning av utgivarens verksamhet och ekonomiska ställning” i enlighet med *lag om börs- och clearingverksamhet* (se under kapitel 5.2.1.3) eller andra normer.



## 3 Metod

I detta kapitel beskrivs hur vi praktiskt har gått tillväga för att besvara våra frågeställningar och vilka val som gjorts beträffande perspektiv, undersökningsmetod, undersökningsobjekt med mera. Undersökningens tillförlitlighet diskuteras, och en redogörelse görs för de källor som använts och de avgränsningar som gjorts.

### 3.1 Metodval

#### 3.1.1 Val av perspektiv

Mottagaren av ett företags prospekt och informationsbroschyr är dess nuvarande investerare, det vill säga aktieägarna. Aktieägarna utgör en betydelsefull intressent för företaget då de är en viktig källa till kapital. Prospektet och informationsbroschyren är de viktigaste informationsdokumenten för företaget vid en nyemission. De utgör ramen för det budskap som kommuniceras till företagets investerare, vilka ska fatta beslut om att investera eller inte. Skillnader i användbarhet hos informationen som de olika målgrupperna av aktieägare nås av, leder till att förutsättningarna för de olika mottagarna att fatta investeringsbeslut kan påverkas. Med detta som bakgrund analyseras dokumenten huvudsakligen från ett kommunikationsteoretiskt perspektiv.

#### 3.1.2 Undersökningsmetod

Med hjälp av olika metoder kan data samlas in och analyseras. De metoder som bäst lämpar sig för undersökningens frågeställningar bör med fördel väljas. Ett kvalitativt angreppssätt är lämpligt då vi ville uppnå en fullständig och djupare förståelse av ämnet. Vi har därför i en fallstudie ingående granskat informationen i ett prospekt och en informationsbroschyr som lämnats i samband med en nyemission och analyserat dess innehåll utifrån vissa teorier. Undersökningen är begränsad till denna fallstudie.

#### 3.1.3 Val av undersökningsobjekt

Vi avsåg att analysera informationsdokumentens användbarhet vid nyemission för de olika målgrupperna hos aktieägarna, ur ett kommunikationsteoretiskt perspektiv. Vid valet av Ericsson som föremål för fallstudien beaktades att Ericsson under en lång tid haft stor betydelse för Sverige. Under mitten av 1990-talet utgjorde Ericssons försäljning till utlandet tio procent av Sveriges totala export, samtidigt som drygt sjuttio procent av produktionen fanns i Sverige.<sup>12</sup> Vägen fram till beslutet att genomföra en nyemission har kännetecknats av en vikande marknad och en bransch i kris. Ericssons forna betydelse och dess utveckling sedan dess har delvis varit orsaker till att nyemissionen och dess prospekt omgärdats av stor uppståndelse. Nyemissionen är också intressant eftersom det är sannolikt att Ericssons behov av kapital var stort och eftersom nyemissionen har uppmärksammats som den största i svenskt näringslivs historia.<sup>13</sup> Den är också beräknad till att globalt sett vara den största helt fulltecknade företrädesemissionen till befintliga aktieägare.<sup>14</sup>

---

<sup>12</sup> Jonsson, Dagens Industri 1996-02-09

<sup>13</sup> Carlbom & Beleke, Veckans affärer 2002-09-09

<sup>14</sup> ”Ericsson: Största fulltecknade företrädesemissionen- Morgan Stanley” Nyhetsbyrån Direkt 2002-09-06



I en kritisk situation som för Ericsson där behovet av kapital är stort och nödvändigheten i att nyemissionen genomfördes framgångsrikt är det rimligt att anta att skillnaderna i kvalitativa egenskaper framträder tydligare mellan de två informationsdokumenten. Detta eftersom prospektet men inte informationsbroschyren är lagstadgad till sin utformning och sitt innehåll. Med ett kommunikationsteoretiskt perspektiv var valet också motiverat av att Ericsson är ett företag med ett fåtal stora ägare med mycket makt och med en stor andel aktieägare med liten makt. De stora aktieägarna äger bara knappt 20 procent av kapitalet i Ericsson, men har nästan 90 procent av rösterna.<sup>15</sup> Stora aktieägare har oftast professionella analytiker som kan granska komplicerad information i samband med nyemission på ett utförligt sätt, vilket underlättar för dem att fatta investeringsbeslut. Det har inte småspararna, som istället oftast är hänvisade till förenklad information. Därmed föreföll det sannolikt att Ericssons aktieägares olika målgrupper hade tillgång till information som skiljde sig åt ifråga om användbarhet.

## 3.2 Tillvägagångssätt

### 3.2.1 Uppsatsens förfarande

I uppsatsen görs en jämförelse mellan prospektet och informationsbroschyren för att utreda hur de skiljer sig åt i fråga om kvalitativa egenskaper, som behövs för att redovisningsinformation ska vara användbar. Kriterierna för att fastställa vilka egenskaper redovisningsinformation ska ha för att vara användbar har hämtats i redovisningslitteratur från svenska specialister på redovisning. Denna litteratur har sedan använts för att göra en analys av texterna.

För att kunna göra jämförelsen har vi analyserat informationsdokumentens olika delar ingående, och därefter gjort jämförelser av de likartade delarna hos dem. Dessa delar har granskats utifrån kriterierna för användbarhet. Därefter har vi analyserat de delar hos respektive informationsdokument som inte hade någon motsvarighet i det andra. Även dessa har på motsvarande sätt analyserats utifrån användbarhetskriterier. Rent praktiskt har detta skett genom att vi analyserat hur väl de båda dokumenten uppfyller de kriterier som ställs upp i kapitel 4. Teorikapitlet har alltså utgjort underlag för analysverktyget. Detta analysverktyg bestod av de kvalitativa kriteriernas avgörande komponenter (se bilaga), och användes för att bedöma hur väl informationsdokumentet uppfyllde kriterierna. Förutom denna detaljgranskning har vi även gjort en helhetsgranskning av dokumenten, med samma analysmetod som ovan, för att uppmärksamma de övergripande skillnader som finns mellan dem beträffande struktur och hierarki.

### 3.2.2 Datainsamling

Vi väljer att använda oss av primärdata som informationsunderlag för vår undersökning. Den primärdata vi använder oss av består av prospektet och informationsbroschyren för Ericssons nyemission. Dessutom utnyttjas andra informationskällor såsom Internet, artiklar och relevant litteratur inom redovisning. Allmän information om Ericsson och nyemissionen har vi fått genom att söka på ”Ericsson” och ”nyemission” i databasen AffärsData.

---

<sup>15</sup> Ericssons prospekt, s. 115



### 3.2.3 Tillförlitlighet

Vid bedömningen av om undersökningen är fullständig och tillförlitlig skall validitet och reliabilitet eftersträvas. Då undersökningen har ett kvalitativt angreppssätt ska validitet och reliabilitet beaktas under hela arbetsgången, såväl gällande data-insamlingen som vid vår efterföljande analys.

För att eftersträva validitet har val gjorts av vilka informationsdokument som är betydelsefulla vid företagets kommunikation till aktieägarna vid en nyemission, och dessa utgör primärdatan i undersökningen. Den övriga informationen som behövdes för att tolka informationen valdes utifrån kravet att teorierna gällande redovisnings-informations användbarhet ska vara vedertagna av den svenska professionen. Det primära i validitetens efterlevnad var att analysverktyget på bästa sätt skulle vara användbart för vår undersökning och våra frågeställningar. Detta innebar följaktligen att informationsdokumenten i vår undersökning teoretiskt ifrågasattes med hjälp av analysverktyget och möjliggjorde att vi utifrån analysen och teorin kunde dra slutsatser för att besvara våra frågeställningar.

Analysverktyget utformades med avsikt att hålla hög reliabilitet utifrån de kvalitativa kriterier vi valt, vilka allmänt erkänns som viktiga för att redovisningsinformation ska vara användbar. Av vikt var att lyfta ut de kvalitativa kriteriernas beståndsdelar som är avgörande för att kunna bedöma informationsinnehållets efterlevnad av kriterierna. Dessutom var det angeläget att analysverktyget utformades så att inget av vikt förbisågs, och så att det kunde bidra till att en fullständig analys av dokumenten kunde göras. Detta innebar att samtliga kriteriers avgörande komponenter återfanns i analysverktyget så att vi vid analysen inte skulle missa att ta hänsyn till någon del. Med hjälp av analysverktyget kunde vi därmed identifiera betydande aspekter och tendenser i informationsdokumenten då det gäller kriterierna för användbarhet.

### 3.2.4 Källkritik

Prospektet samt informationsbroschyren som Ericsson lämnat i samband med nyemissionen är föremål för vår analys. Givetvis finns det anledning att kritisera dessa då de är präglade av subjektivitet från Ericssons sida. Företaget har utformat dem för att uppnå ett syfte, nämligen att sälja in erbjudandet om nyemission till aktieägarna. Det är därför viktigt att inta ett tendenskritiskt förhållningssätt till de källor vi använder oss av och vara objektiva i vår analys. Även beträffande våra övriga källor har vi varit tendenskritiska. Vi har också intagit ett beroendekritiskt förhållningssätt, till exempel genom att granska kriterierna på redovisnings-informations användbarhet. De har hämtats från två olika källor, men båda bygger på uppgifter hämtade från en och samma källa, nämligen FASB:s ramverk.



## 4 Teoretisk referensram

I detta kapitel behandlas de kvalitativa egenskaper information ska ha för att vara användbar, ur ett kommunikationsteoretiskt perspektiv.

### 4.1 Kvalitativa egenskaper hos informationen

Vad som är kvalitativa egenskaper hos redovisningsinformation varierar från användare till användare, och beror på vilka förkunskaper användaren har, i vilket sammanhang de presenteras och på beslutssituationen i övrigt. Falkman nämner dock vissa egenskaper som redovisningsinformation bör ha för att vara användbar, bland annat relevans, tillförlitlighet och begriplighet (förståelse).<sup>16</sup> Det ska dock poängteras att dessa egenskaper i viss mån bygger på varandra; information som inte är begriplig är inte relevant och så vidare.

#### 4.1.1 Relevans<sup>17</sup>

Relevant information är sådan information som kan påverka en viss beslutssituation. Ett minimikrav för att informationen ska kunna betraktas som relevant är därför att den är lämplig som beslutsunderlag. Vidare måste information vara aktuell för att vara relevant. Information som kommer mottagaren till del långt efter beslutssituationen är inte relevant. Även aktualiteten är därför ett minimikrav för relevant information.

Informationen ska också bidra med något nytt för användaren för att kunna betraktas som relevant, och den ska öka sannolikheten för användaren att nå sina mål. En annan egenskap som information bör ha för att vara relevant är att den ska eliminera osäkerhet. Vidare måste mottagaren förstå innebörden av informationen för att den ska kunna betraktas som relevant, det vill säga informationen måste vara *begriplig* (mer om begriplighet nedan).

#### 4.1.2 Tillförlitlighet<sup>18</sup>

För att bedöma om viss information är tillförlitlig måste man fråga sig om den avbildar det den ska avbilda. Det är till exempel inte säkert att redovisat resultat en viss period avspeglar verkligt värdeskapande. Information kan ge sken av att vara tillförlitlig utan att vara det. Det kan till exempel ske genom att väsentliga delar utelämnas som borde ha inkluderats, om det finns goda och skenbart logiska kopplingar mellan de resonemang som byggs upp<sup>19</sup>, eller om texten är skriven på ett strikt och formellt språk. Det sistnämnda skapar vanligtvis ett falskt intryck av objektivitet hos läsaren.<sup>20</sup>

Det är därmed inte säkert att den information som inkluderas är tillförlitlig, eftersom det inte är säkert att det som ska mätas kan mätas på ett pålitligt sätt. Det är inte ens

<sup>16</sup> Falkman, s. 61 ff

<sup>17</sup> Falkman, s. 63 f och Smith, s 25 f.

<sup>18</sup> Falkman, s. 64 ff och Smith, s. 26 ff

<sup>19</sup> Jönsson, s. 418

<sup>20</sup> Lange och Melin, s. 66



säkert att det finns en vedertagen standard för att mäta det som ska mätas. Det kan också finnas andra brister i mätmetoder, det kan vara svårt att verifiera uppgifter, uppgifter som lämnas i vissa rapporter kanske inte är reviderade av en revisor och så vidare. Av dessa orsaker måste informationen granskas så förutsättningslöst som möjligt.

### 4.1.3 Begriplighet

För att kunna analysera en text utifrån dess begriplighet måste vi först utreda vad som gör en text begriplig. Detta beror naturligtvis i stor utsträckning på vem som är mottagare, men vissa allmänna faktorer går ändå att utmönstra. Nedanstående beskrivning ska dock inte betraktas som fullständig, utan bara som en genomgång av vissa utmärkande kvaliteter hos en lättbegriplig text.

En text som är lätt att förstå är i regel hierarkiskt uppbyggd och har en tydlig struktur. Med hierarkiskt uppbyggd menas att det som behandlas har en tydlig koppling till det övergripande ämnet och till det närmast föregående avsnittet; meningarna kommer alltså i en bestämd ordning och har ett inbördes sammanhang. En strukturerad text har tydlig rubrikindelning och är uppbyggd enligt ett logiskt mönster.<sup>21</sup> Sådan text blir begriplig för läsaren eftersom den ger minnesstöd genom de logiska kopplingarna till det som tidigare behandlats.<sup>22</sup>

Texter utan tydlig struktur och hierarki kan sägas vara entropiska. Med entropisk information avses sådan information som inte följer konventionella och förutsägbara mönster. Entropisk information är komplex och går att tolka på flera sätt, vilket gör den oönskad i sammanhang där information ska överföras och tolkas på ett förutbestämt sätt.<sup>23</sup> Entropiska texter är svåröverskådliga för läsaren, vilket kan göra att fakta som presenteras framstår som slumpmässigt valda. De blir därmed svårare att överblicka innehållet. Dessutom blir det svårare att urskilja vad som är viktigt och mindre viktigt, eftersom sambanden inte framgår och eftersom innehållet inte har ett tydligt fokus. För att minska graden av entropi i en text kan man dela upp den i avsnitt med egna rubriker, och avsnitten bör vara uppdelade i lagom långa stycken. Hur långa avsnitten ska vara varierar, men helst ska avsnitten inte vara längre än att de kan sammanfattas i en enda mening. Även styckena ska ha en liknande indelning och tydligt knyta an till avsnittets centrala del. Enkelt uttryckt kan man säga att det ska gå en röd tråd genom texten.

Den röda tråden framgår tydligare ju mer välformulerad rubriksättningen är. Rubriken ska vara koncis och sammanfatta innehållet i avsnittet. Rubriker som inte sammanfattar avsnittet blir missvisande och försämrar läsarens möjligheter att överblicka innehållet, vilket minskar informationens begriplighet. Vad gäller texten i övrigt så ökar begripligheten om inledningen fokuserar textens tema, medan avslutningen sammanfattar det. Meningarna ska vara uppbyggda på ett så enkelt sätt som möjligt och så att det centrala i dem kommer tidigt. Detta minskar komplexiteten och gör texten mer begriplig.<sup>24</sup> Om texten riktar sig till en stor och heterogen grupp

<sup>21</sup> Garme, s. 39

<sup>22</sup> Lange och Melin, s. 70

<sup>23</sup> Fiske, s. 22 och Skyttner, s. 303

<sup>24</sup> Lange och Melin, s. 71



ska dessutom fackord helst undvikas, eftersom dessa kan göra texten mer komplicerad.

Begripligheten ökar också om texten är repeterande, eftersom upprepningarna förstärker textens innehåll och markerar vad som är viktigt. Information med denna egenskap kan sammanfattande kallas för *redundant*. Redundant information innebär information som är lätt att förutsäga och förstå. Sådan information är repeterande och övertydlig och därför i förhållande till sin volym fattig på information. För att försäkra sig om att mottagaren kan ta till sig och förstå informationen bör den vara redundant, eftersom det är lättare att förstå till exempel en beskrivning när den upprepas med nya formuleringar eller med analogier. Hur redundant information ska vara beror på vilken typ av information det handlar om och vem/vilka den riktar sig till. Texter behöver dock inte vara lika redundanta för att vara tydliga, eftersom en text kan läsas om flera gånger och i valfritt tempo.

Information av engångskaraktär som kommer till oss flyktigt, det vill säga information som vi inte kan ta till oss vid något annat tillfälle än då det når oss, kräver dock redundans om avsändaren vill vara säker på att informationen når mottagaren och kan tolkas som avsett. Vill avsändaren nå en stor och heterogen publik är det viktigt att informationen är redundant, eftersom informationen då måste anpassas för att de minst kapabla i gruppen ska kunna ta till sig den. Information som riktar sig till en homogen och kompetent grupp kan däremot vara mindre redundant och mer entropisk.<sup>25</sup>

Andra sätt att göra en text mer lättläst och därmed mer begriplig är att skribenten tilltalar läsaren, till exempel genom att texten skrivs i du-form eller att läsaren på något sätt inkluderas i texten. Även skribenten kan inkluderas i texten för att skapa en förtrolig känsla hos läsaren, till exempel genom att skriva i första person. Läsaren uppfattar också luftiga texter som varvas med bilder som mer lättlästa och därmed mer begripliga än texter som presenteras som en tjock textmassa. Även textens abstraktionsnivå är avgörande för textens begriplighet. Med abstrakt menas här att texten behandlar ett ämne på ett övergripande sätt utan detaljer. Läsaren kan då inte koppla texten till något konkret, vilket försämrar begripligheten. En text kan dock framstå som abstrakt trots många konkreta detaljer, om detaljerna presenteras utan sammanhang och inte fogas samman i en helhet.<sup>26</sup>

---

<sup>25</sup> Fiske, s. 22 och Skyttner, s. 303

<sup>26</sup> Lange och Melin, s. 54





## 5 Nyemissionen och informationsdokumenten

Detta kapitel inleds med en beskrivning av den situation som föranledde Ericsson att fatta beslutet om nyemission. Därefter följer en beskrivning av det regelverk som omger de informationsdokument som upprättas i samband med nyemission. Detta följs av en beskrivning av de olika informationsdokumentens struktur och hierarki, vilket följs av en beskrivning av innehållet i de olika dokumenten, som ska ses som en översiktlig och inte fullständig genomgång av dokumenten.

### 5.1 Bakgrunden till nyemissionen

Under slutet av 1990-talet ökade marknaden för mobiltelefoni kraftigt, samtidigt som teleoperatörerna gjorde stora investeringar, förhållandena på kapitalmarknaderna var gynnsamma och den globala ekonomiska konjunkturen var stark. Allt detta bidrog till en stor och växande efterfrågan på infrastruktur för mobil telekommunikation. Under åren 1999 och 2000 konsoliderades data- och telekommarknaderna. Antalet sålda mobiltelefoner ökade på ett år från 278 miljoner till 410 miljoner enheter.<sup>27</sup> Många trodde att trenden skulle fortsätta. Företag i branschen gjorde stora investeringar och växte för att ha kapacitet att möta den stigande efterfrågan.

År 2001 kom en kris för branschen. Det ekonomiska läget försämrades, samtidigt som många av mobiloperatörerna hade stora skulder till följd av dyra investeringar i 3G-licenser.<sup>28</sup> De stora skulderna gjorde att de fick finansieringssvårigheter och tvingades göra stora nedskärningar i sina investeringar, med minskade beställningar till Ericsson och andra ledande telekomföretag som följd. För Ericssons del sammanföll detta med andra negativa faktorer. De hade växt för mycket och var dåligt organiserade. Deras telefoner uppfattades som stillösa och tekniskt komplicerade. De hade höga kostnader och var inte redo för en nedgång, och när den väl kom var Ericsson redan försvagat. Allt detta bidrog till att krisen blev så djup som den blev.<sup>29</sup>

Trots detta fanns hopp om en positiv utveckling på marknaden. Förhoppningar fanns om att mobiltelefonpenetrationen skulle öka från den relativt låga nivå den befann sig på hösten 2002. Dessutom hade de låga investeringarna i mobilnät under en lång period skapat ett uppdämt behov av nyinvesteringar, som förväntades genomföras när branschen gått igenom den svåraste nedgångsperioden. Det fanns också hopp om att konkurrens skulle leda till lägre konsumentpriser för mobiltelefoni, vilket skulle ge marknaden en knuff i rätt riktning. Därtill skulle ökad bandbredd i mobilnäten skapa förutsättningar för tillväxt inom mobil data.<sup>30</sup>

För Ericssons del gällde det alltså att stärka sin finansiella ställning och invänta gynnsammare tider. Finanserna hade stärkts genom kostnadsbesparingsprogram som innefattade personalnedskärningar och effektivisering av verksamheten. De hade också genomfört en omstrukturering för att förbättra sin lönsamhet. Dessa åtgärder

<sup>27</sup> Ericssons prospekt, s. 38

<sup>28</sup> Ericssons årsredovisning 2000

<sup>29</sup> Holmén, Stridsman & Wallqvist [www.expressen.se](http://www.expressen.se), 2002-11-06

<sup>30</sup> Ericssons prospekt, s. 42



uppskattades leda till positiva effekter, men räckte inte för att leda Ericsson ur krisen. Därför beslutade styrelsen för Ericsson att genomföra en nyemission, som skulle tillföra företaget tillräckligt med kapital – cirka 30 miljarder kronor – för att kunna stå beredda inför en uppgång inom branschen.

För att öka sannolikheten att nyemissionen skulle bli framgångsrik beslutade Ericsson att nyemissionen skulle garanteras. De två största aktieägarna i Ericsson, Investor AB och AB Industrivärden, åtog sig därför att teckna sig för en stor del B-aktier. Vissa institut garanterade teckning av sammanlagt högst cirka 20 miljarder kronor. Detta skedde till särskilda villkor som behandlas i prospektet.

## 5.2 Normer för informationsdokumenten

I detta avsnitt ger vi korta inblickar i de lagar, rekommendationer och föreskrifter som finns för informationsdokumenten, för att läsaren ska kunna sätta det i relation till dokumentens omfattning, innehåll, struktur med mera. De olika normerna täcker delvis samma saker.

### 5.2.1 Normer och normgivare i Sverige

#### 5.2.1.1 Aktiebolagslagen

ABL reglerar hur en nyemission ska gå till, vilka som ska besluta om den och så vidare. I lagen ställs också krav på vilka uppgifter som ska lämnas i prospektet, nämligen en kortfattad historik över bolaget och dess verksamhet; uppgifter om bolagets styrelseledamöter, revisorer och ledande befattningshavare med mera.<sup>31</sup>

#### 5.2.1.2 Lag om handel med finansiella instrument

LHF reglerar när prospekt ska upprättas, till vilken myndighet det ska lämnas in, lite kort om vilka upplysningar det ska innehålla etcetera. Den grundläggande regeln kan beskrivas med följande citat:

prospekt skall innehålla de upplysningar som, med hänsyn till de finansiella instrument som avses, behövs för en välgrundad bedömning av emissionen eller erbjudandet.<sup>32</sup>

#### 5.2.1.3 Lag om börs- och clearingverksamhet

Denna lag reglerar var prospektet ska registreras med mera. Vad gäller prospektets innehåll påminner formuleringarna om de i LHF. Det sägs till exempel att

prospektet skall innehålla de upplysningar som behövs för att en investerare skall kunna göra en välgrundad bedömning av utgivarens verksamhet och ekonomiska ställning samt av de rättigheter som är förenade med fondpappren.<sup>33</sup>

<sup>31</sup> SFS 1975:1385. ABL

<sup>32</sup> SFS 1991:980 Lagrum: 2 kap 1 §

<sup>33</sup> SFS 1991:543 Lagrum: 5 kap 5 §



#### 5.2.1.4 Näringslivets Börskommittés rekommendation

NBK:s rekommendation om prospekt, som är relativt detaljerad, stipulerar att prospektet ska ge nuvarande och presumtiva aktieägare ett underlag för bedömning av framtida avkastning och risk hos fondpappret i fråga. All sådan information som är väsentlig för aktiemarknadens värdering av bolaget ska inrymmas i prospektet.<sup>34</sup> Rekommendationen ger också anvisningar för hur prospektet ska upprättas, vilket innehåll och struktur det ska ha<sup>35</sup>. Rekommendationen om prospekt ger också några korta instruktioner om vad som gäller för informationsbroschyrer som ges ut i samband med nyemissioner.

#### 5.2.1.5 Finansinspektionens föreskrifter

Finansinspektionens föreskrift om prospekt ger en detaljerad beskrivning av hur innehållet i prospekt ska utformas. I likhet med NBK:s rekommendationer ges detaljerade instruktioner om vilka uppgifter som ska lämnas av företaget. Till skillnad från NBK:s rekommendationer är dock Finansinspektionens föreskrifter tvingande.

### 5.3 Informationsdokumenten

Här beskrivs de olika informationsdokumentens struktur och hierarki, samt även innehållet i dem.

#### 5.3.1 Tabell över innehållet i informationsdokumenten

Prospekt	Informationsbroschyr
Framsida	Nyemissionen i korthet
Dokumentation med anledning av erbjudandet	Ericsson rustar för framtiden
Övrig information	Så här går nyemissionen till
Bakgrund, motiv för erbjudandet och emissionslikvidens användning	Frågor och svar om nyemissionen
Erbjudandet i sammandrag	Detta är Ericsson
Riskfaktorer	Finansiell översikt
Framtidsinriktad information	Utvecklingen på telekommarknaden
Beskrivning av lämnad information	Styrelse, koncernledning, revisorer
Nyemissionen	Ericssonaktien
Erbjudande till innehavare av A- och B-aktier	Riskfaktorer
Kapitalisering och annan finansiell information	Skattefrågor i Sverige
Urval av finansiell information	Villkor och anvisningar
Valutakurser	
Operativ och finansiell översikt samt framtidsutsikter	
Verksamhet	

<sup>34</sup> NBK. Utformning av prospekt. [www.nbk.ihb.se](http://www.nbk.ihb.se)

<sup>35</sup> Ibid



Styrelse, ledning och revisorer Större aktieägare Aktiekursdata Beskrivning av aktiekapitalet Skattefrågor i Sverige Avtal om försäljning av aktier Utdrag ur bolagsordningen Ytterligare finansiell information per segment och marknad Index till räkenskaperna Revisionsberättelse Koncernens resultaträkning Koncernens balansräkning Kassaflödesanalys för koncernen Moderbolagets resultaträkning Moderbolagets balansräkning Kassaflödesanalys för moderbolaget Noter till boksluten Koncernens resultaträkning Koncernens balansräkning Koncernens förändringar i eget kapital Kassaflödesanalys för koncernen Ordlista Revisorernas granskningsberättelse	
--	--

### 5.3.2 Övergripande struktur och hierarki

Med övergripande struktur och hierarki menas här om avsnitten i informationsdokumenten följer på varandra i en bestämd logisk ordning.

#### 5.3.2.1 Prospektet

Prospektets första avsnitt är kopplat till deltagandet i nyemissionen. Detta följs av avsnitt som är något mer fristående från nyemissionen och syftar till att fördjupa förståelsen för Ericsson som bolag och den bransch de verkar i. I övrigt har Ericsson inte presenterat informationen i prospektet enligt något tydligt mönster. En uppdelning i noggrant avskilda delar med bestämd ordningsföljd saknas. De olika informationsdelarna kommer i en godtycklig följd; åtminstone är det svårt att se att det funnits någon uttalad tanke bakom deras uppdelning. Rubrikerna speglar inte alltid innehållet i avsnitten, vilket visas under kapitel 6.

#### 5.3.1.2 Informationsbroschyren

Informationsbroschyrens första delar börjar i likhet med prospektet med information som har en tydlig koppling till deltagandet i nyemissionen. Broschyren börjar med en situationsbeskrivning och en förklaring av de motiv som ligger till grund för nyemissionen. Därefter följer en förklaring av hur nyemissionen går till, följt av frågor och svar. Sedan följer information som kan betecknas som något mer fristående från nyemissionen, för den som vill fördjupa sig i Ericsson som företag. I dessa delar



ges en utförligare beskrivning av Ericsson och telekommarknaden. Informationsbroschyren har rubriksättningar som gör att strukturen framgår tydligt.

### **5.3.2 Innehållet i informationsdokumenten**

Detta kapitel avser att ge läsaren en enkel, övergripande och sammanfattande inblick i de olika informationsdokumenten. Styckena är indelade efter de rubriker som finns i dokumenten.

#### **5.3.2.1 Prospektet**

##### **Framsida**

Här ges grundläggande och kortfattade fakta om nyemissionen, men även sammanfattande beskrivningar om teckningsrätt, noteringar och vilka som är garantier.

##### **Dokumentation med anledning av erbjudandet**

Här beskrivs vilka dokument som upprättats i samband med erbjudandet. Totalt har dessa dokument upprättats: ett amerikanskt prospekt, ett internationellt prospekt, en svensk översättning av det internationella prospektet samt informationsbroschyrer på några olika språk.

##### **Övrig information**

Under detta avsnitt beskrivs de juridiska ramarna för prospektet, var prospektet har registrerats, begränsningar i vilka erbjudandet riktar sig till och vilka som får distribuera det samt andra juridiska formaliteter.

##### **Bakgrund, motiv för erbjudandet och emissionslikvidens användning**

Under detta avsnitt ges relativt utförliga beskrivningar av marknadsutvecklingen de senaste åren och hur denna har påverkat framtidsutsikterna i ett kort och ett långt perspektiv. Bakgrundsbeskrivningen följs av en beskrivning av hur Ericsson genomfört åtgärder för kostnadskontroll för att möta den sviktande efterfrågan. Därefter behandlas företagets målsättningar och förväntningar om stigande efterfrågan på lång sikt.

Därpå ges en förklaring till motiven för nyemissionen, vilka i korthet består av att stärka den finansiella ställningen i väntan på ett bättre marknadsklimat. Sedan beskrivs också hur emissionslikviden ska användas för att refinansiera skulderna, stärka skuldsättningsgraden och förbättra den kortfristiga likviditeten. Här hänvisas också till avsnitten om risker och framtidsutsikter. Dessutom påpekas att det faktiska utfallet kan komma att avvika kraftigt från den lämnade beskrivningen. Styrelsen försäkrar att inget väsentligt om förhållandena för Ericsson utelämnats från prospektet.

##### **Erbjudandet i sammandrag**

Under detta avsnitt ges kortfattade fakta om styrelsens beslut att genomföra nyemissionen. Formella fakta om erbjudandet, garanterna, kursen, antalet aktier med mera presenteras. Innehållet här är till stora delar samma som det som lämnades på framsidan.



### **Risikfaktorer**

Varje specifik risk sammanfattas i en mening i rubriken över den redovisade risken. Därefter följer en utförligare beskrivning av risken i texten under rubriken. Varje risk beskrivs relativt tydligt och detaljerat, med en redogörelse för vilka konsekvenser varje risk kan få om förhållandena som förorsakar risken inträffar.

### **Framtidsinriktad information**

Här hänvisas till var i prospektet framtidsinriktad information finns. Dessutom förklaras vilka orsaker som kan finnas till avvikelser från den framtidsinriktade informationen, bland annat kostnadsökningar, leveranssvårigheter, påverkan av nedgradering av Ericssons kreditvärdering med mera.

### **Beskrivning av lämnad information**

Här förklaras att räkenskaperna konsoliderats och att all information tagits fram i enlighet med god redovisningssed. Dessutom redogörs för växelkurser vid omräkning av valutor och varifrån viss information är hämtad.

### **Nyemissionen**

Återigen beskrivs styrelsens beslut, teckningsrätter, aktieägares rättigheter, garantierna och deras åtagande, pressmeddelande, vikten av att utnyttja teckningsrätter och vilka som inte är berättigade att delta i erbjudandet. I stort sett är detta samma information som lämnades i *Erbjudandet i sammandrag* och på *Framsidan*.

### **Erbjudande till innehavare av A- och B-aktier**

Här redogörs på ett enkelt sätt för sådan information som är nödvändig för att praktiskt hantera köparens transaktioner i samband med nyemissionen. I avsnittet behandlas företrädesrätt, emissionskurs, avstämningsdag, teckningsrätter, tecknings-tid, omläggningskonto, inregistrering, rätt till utdelning med mera.

### **Kapitalisering och annan finansiell information**

Detta avsnitt utgör ett komplement till konsoliderade räkenskaper och övrig finansiell information. Avsnittet åskådliggör hur vissa av nyckeltalen och kapitaliseringen ser ut före och efter nyemissionen.

### **Urval av finansiell information**

Här ges en komprimerad resultat- och balansräkning och en kassaflödesanalys för de senaste fem åren.

### **Valutakurser**

Här ges en tabell över hur växelkursen mellan svenska kronor (SEK) och amerikanska dollar (USD) varit under perioden 1997-2002.

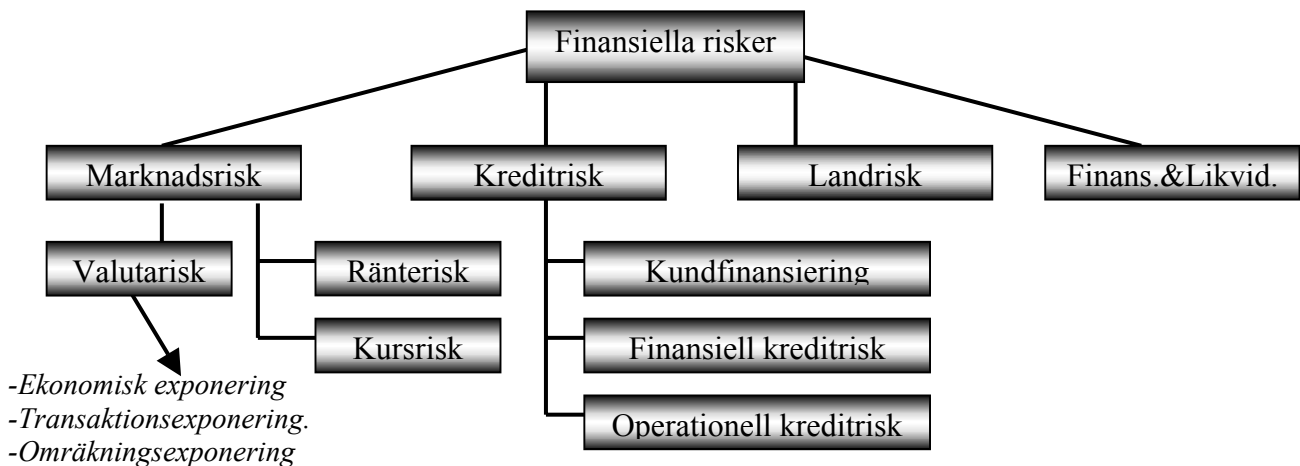
### **Operativ och finansiell översikt samt framtidsutsikter**

Avsnittets uppbyggnad kan beskrivas enligt nedan:

- Marknadssituation och affärstrender. Här behandlas vad som skett på marknaden och vilka åtgärder Ericsson vidtagit för att möta utvecklingen.



- Marknadsutsikter. Detta avsnitt beskriver förutsättningarna på marknaden och vilka faktorer som bedöms kunna bidra till en tillväxt på lång sikt.
- Viktiga händelser och faktorer som påverkar Ericssons verksamhet. Här beskrivs de senaste årens viktiga händelser, bland annat omstruktureringar som genomförts, kostnadsminskningar, outsourcing och samarbetet med Sony.
- Huvudsakliga skillnader mellan svenska redovisningsprinciper och US GAAP (de amerikanska generellt accepterade redovisningsprinciperna).
- Rörelseresultat, uppdelat på affärssegment och marknadsområden.
- Likviditet och kapitalresurser. Här beskrivs likviditetsposition och kassaflöde, som följs av en utförlig genomgång av finansieringskällor.
- Riskhantering och finansiering utanför balansräkningen. Här beskrivs Ericssons kundfinansiering, som är ganska omfattande. Dessutom redogörs för Ericssons avtalsförpliktelser och kommersiella åtaganden.
- Kvantitativa och kvalitativa upplysningar om marknadsrisk. I detta avsnitt behandlas Ericssons finansförvaltning och hantering av finansiella risker, finansiella instrument och finansiella risker. Riskerna kan i sin tur delas in enligt nedanstående figur.<sup>36</sup>



Avsnittet går igenom i ordningen: Marknadsrisk, Valutarisk, Ekonomisk exponering, transaktionsexponering, Omräkningsexponering, Ränterisk, Kursrisk, Kreditrisk, Kundfinansiering, Finansiell kreditrisk, Operationell kreditrisk, Landrisk, Finansierings och Likviditetsrisk.

<sup>36</sup> Figuren är sammanställd av uppsatsens författare.



- Väsentliga redovisningsprinciper. Här behandlas Ericssons principer för intäktsredovisning, värdering av fordringar, inkurans, kundgarantier.
- Förändringar i finansiell rapportering och redovisningsprinciper. Här redogörs för ett flertal nya svenska redovisningsprinciper, som implementerades under 2002.
- US GAAP. Här berörs de justeringar Ericsson gjort för avstämningar mot US GAAP.

### **Verksamhet**

Historia och utveckling går igenom kortfattat, följt av ett lika kortfattat avsnitt med verksamhetsöversikt. Därefter anges Ericssons affärsstrategi och långsiktiga mål, vilket följs av en genomgång av de olika affärssegmenten, som består av system (mobilsystem, flertjänstnät), telefoner och övriga verksamheter. En beskrivning och förklaring av industri och teknik ges för vart och ett av segmenten, samt även en redogörelse för Ericssons lösningar inom dem. Efter detta radas leverantörer och kunder upp.

Därefter följer en genomgång av Ericssons organisation för försäljning, marknadsföring och kundstöd, i vilket marknadsindelningen beskrivs. Avsnitten efteråt beskriver Ericssons forskning och utveckling, patent och licensiering, samriskbolag, samarbetsavtal och riskkapital, anläggningar och utrustning (som är en sammanställning av tillverkningsanläggningar), anställda (fördelat på region och segment), rättsliga processer, konkurrenter, moderbolagets verksamhet och väsentliga avtal.

### **Styrelse, ledning och revisorer**

En beskrivning ges av ledamöters olika befattningar, när de är valda och så vidare. Här anges också vilka som är revisorer. Här redogörs även för ersättningar till styrelseledamöter och koncernledningen, styrelserutiner och kommittéer, konvertibla skuldebrev och optionsprogram med mera.

### **Större aktieägare**

En översikt över de största aktieägarna, deras röststyrka, det totala antalet aktieägare och transaktioner med närstående parter.

### **Aktiekursdata**

Allmänna data om aktien: högsta och lägsta betalkurs per år (1997-2001), kvartal (2000-2002) och månad (2002), kursutveckling, övrig kursdata och börshandel.

### **Beskrivning av aktiekapitalet**

Här ges information om Ericssons aktiekapital: hur fördelning på aktieslag ser ut, antalet aktier, vilka förändringar som skett i aktiekapitalet, val av styrelseledamöter och vilka regler som gäller för utdelning, omröstning, förvärv av egna aktier och investeringsrestriktioner.





### **Skattefrågor i Sverige**

Allmänt om vad som gäller för kapitalförlust eller -vinst, förmögenhetsskatt, utnyttjande eller avyttrande av teckningsrätter och aktieägare som är begränsat skattskyldiga i Sverige.

### **Avtal om försäljning av aktier**

Här redogörs för teckningstiden och emissionsavtalet med garanterna. Det senare visar att de är både rådgivande och garanter. De går in förutsatt att inte Ericssons kreditvärdering faller under antingen Ba3 (Moody's) eller BB (Standard & Poor's). De får avtalad ersättning, garantiavgifter och ersättning för utgifter som de har i samband med erbjudandet.

### **Utdrag ur bolagsordningen**

Här ges mycket kortfattade utdrag ur bolagsordningen: bolagets firma, verksamhet, styrelsens säte, aktiekapital, aktier, röstvärde, styrelse, räkenskapsår, kallelse till bolagsstämma.

### **Ytterligare finansiell information per segment och marknad**

Under detta avsnitt ges i tabellform en mängd finansiell information för de senaste åren, till exempel justerat rörelseresultat, fakturering och orderingång per segment, och kvartal, topp 10 marknader i orderingång och fakturering samt antal anställda per segment och kvartal. Resultat, fakturering och andra parametrar bryts således ned i detaljnivå på olika sätt, såsom efter segment, marknad och tid, och läggs under detta avsnitt.

### **Index till räkenskaperna**

Här listas vilka räkenskaper och rapporter som tagits med i prospektet, uppdelat på reviderade räkenskaper och delårsrapporter (oreviderade). De reviderade räkenskaperna omfattar åren 1999-2001 och delårsrapporterna omfattar det första halvåret 2002. Indexet gör att informationen som omfattas av den struktureras på ett logiskt sätt och gör den fortsatta framställningen enklare att följa.

### **Revisionsberättelse**

Berättelsen avser sammantaget de reviderade räkenskaper som bifogats prospektet och framställer att revisorerna anser att dessa i allt väsentligt ger en rättvisande bild av Ericssons och dess dotterbolags finansiella ställning i enlighet med god redovisnings-sed i Sverige. Därpå ges en kort beskrivning av hur revision genomförts.

### **Koncernens resultaträkning**

Resultaträkningen sammanställer åren 1999-2001. Nyckeltalet vinst per aktie och poster som påverkar jämförbarheten samt realisationsresultat inkluderade i resultat redovisas separat. För mera detaljerad information för till exempel fakturering finns också noter.

### **Koncernens balansräkning**

Balansräkningen omfattar åren 1999-2001 och ett flertal hänvisningar till noter ges under olika poster såsom immateriella och materiella anläggningstillgångar, kundfordringar och långfristiga skulder.



### **Kassaflödesanalys för koncernen**

Analysen omfattar åren 1999-2001 och redovisas enligt den indirekta metoden. Vissa kassaflödespåverkande faktorer förklaras mera ingående i not till exempel rörande försäljning av materiella anläggningstillgångar och finansiering.

### **Moderbolagets resultaträkning**

Resultaträkningen sammanställer åren 1999-2001. För mera detaljerad information för till exempel fakturering samt finansiella intäkter och kostnader hänvisas till noter.

### **Moderbolagets balansräkning**

Balansräkningen omfattar åren 2000 och 2001 och ett flertal hänvisningar till noter ges under olika poster såsom immateriella och materiella anläggningstillgångar, kundfordringar och långfristiga skulder.

### **Kassaflödesanalys för moderbolaget**

Analysen omfattar åren 1999-2001 och redovisas enligt den indirekta metoden. Vissa kassaflödespåverkande faktorer förklaras mera ingående i not till exempel rörande finansiering.

### **Noter till boksluten**

Avsnittet är förklaringar till boksluten för åren 1999 –2001 och redogör för hur räkenskaperna upprättats till exempel med avseende på redovisningsprinciper, konsolideringsprinciper, goodwill, och värderingar. Därpå följer noterna hänvisade ur resultat och balansräkningar i nummerföljd för att redogöra för olika poster till exempel fakturering per marknadsområde och affärssegment, materiella anläggningstillgångar och så vidare. Notapparaten är ett omfattande avsnitt och är en mer detaljerad beskrivning av räkenskaperna.

### **Koncernens resultaträkning**

Resultaträkningen jämför halvåret 2001 och 2002 samt dess förändring i procent då det bland annat gäller fakturering, forskning och utveckling. Nyckeltalet vinst per aktie och poster som påverkar jämförbarheten samt realisationsresultat inkluderade i resultat redovisas separat.

### **Koncernens balansräkning**

Balansräkningen redogör för ställningen 30 juni 2001, 31 december 2001 samt 30 juni 2002.

### **Koncernens förändringar i eget kapital**

Tabellen redogör för förändringarna under perioderna januari-juni, 2001 januari-december 2001 samt januari-juni 2002 och omfattar bland annat nyemission, återköp av egna aktier och periodens resultat. Det egna kapitalet och dess förändring härleds därmed till olika förändringsfaktorer.

### **Kassaflödesanalys för koncernen**

Kassaflödesanalysen omfattar perioderna januari-december 2001, januari-juni 2001 samt januari-juni 2002. De utgår från årets resultat och redovisas enligt indirekta metoden.



## **Ordlista**

I avsnittet listas tekniska ord med förklaringar som har med Ericssons verksamhet och produkter att göra. Förklaringarna kan underlätta läsningen i övriga delar av prospektet.

## **Revisorernas granskningsberättelse**

Granskningen avser prospektet som helhet och revisorerna framställer att de gjort revisionen i enlighet med FAR:s rekommendation.

### **5.3.2.2 Informationsbroschyren**

#### **Nyemissionen i korthet**

Här ges mycket kortfattat grundläggande fakta om nyemissionen, såsom att styrelsen med bemyndigande av bolagsstämma beslutat att tillföra bolaget nytt kapital, aktieägarens rätt att teckna aktier, priset för de nya aktierna, varför nyemissionen garanteras och vilka som är garanter.

#### **Ericsson rustar för framtiden**

Styrelsens ordförande och Verkställande direktör tillika koncernchef för Ericsson företräder nästa avsnitt, som är utformat som ett brev och inleds med orden; ”Bästa Aktieägare”<sup>37</sup>. Här beskrivs hur den svåra marknadssituationen har drabbat Ericsson och aktieägarna, men att företagets marknadsposition är fortsatt stark. Motiv till nyemissionen anges och en kortfattad förklaring ges till hur pengarna ska användas. Därefter ges en förklaring till orsaken för det svåra läget på telekommarknaden och vikten av att ha ett långsiktigt perspektiv. Långsiktigheten utmynnar i Ericssons tro på god tillväxt i framtiden. Slutligen sägs att ställningen företaget byggt upp inte varit möjlig utan engagerade aktieägare och att ett fortsatt stöd ger Ericsson den handlingsfrihet de behöver.

#### **Så här går nyemissionen till**

Avsnittet ger praktisk information om hur aktieägaren deltar i nyemissionen och är uppdelat på hur man tecknar sig med stöd av teckningsrätter respektive utan stöd av teckningsrätter och presenterar bland annat hur teckningsrätter tilldelas, hur teckning och betalning går till samt viktiga datum.

#### **Frågor och svar om nyemissionen**

Avsnittet ger information om nyemissionen utformad i frågor och svar, det tillför egentligen inte så mycket ny information som inte sägs i föregående avsnitt men förklarar begrepp och praktiska detaljer om nyemissionen. Till exempel vad en nyemission och teckningsrätt är, teckningskurs, tillvägagångssätt för att köpa respektive sälja teckningsrätter samt var mer information kan erhållas. Avsnittet repeterar och förtydligar det som sagts tidigare.

#### **Detta är Ericsson**

Detta avsnitt är uppdelat i underrubrikerna *Verksamheten*, *Mål och strategier* samt *Affärssegment*. Ericsson beskrivs som en ledande internationell leverantör av system och tjänster till teleoperatörer och samriskbolaget Sony Ericsson Mobile

---

<sup>37</sup> Ericssons informationsbroschyr, s. 3



Communications omnämns. Vidare presenteras omsättning 2001, anställda 30 juni 2002, och mera ingående beskrivs de fyra strategierna, *Forskning och utveckling*, och segmenten; *System*, *Telefoner* och *Övriga verksamheter*. Det segment som givits mest utrymme är *System* vilket delas upp i *Mobilsystem*, *Flertjänstnät* och *Tjänster*. Segmentet *Övriga verksamheter* beskrivs endast genom att ge tre exempel på enheter som ingår och kort redogöra för dem.

I avsnittet finns också infogat två halvsidor med finansiell information och en teknisk ordlista. Den finansiella informationen utgörs av cirkeldiagram, tabeller och ett stapeldiagram med information om bland annat fakturering per affärssegment och marknadsområde 2001, fakturering, rörelseresultat och rörelsemarginal 1999-2002. Informationen sammanfattar verksamheten och vilka produkter Ericsson tillhandahåller.

### **Finansiell översikt**

Den finansiella information som presenteras i detta avsnitt begränsas till att bland annat återge koncernresultaträkning och –balansräkning i sammandrag samt vissa nyckeltal för åren (januari-december) 1997-2001, (januari-juni) 2001 och 2002. Effekter av nyemissionen åskådliggörs genom en proformabalansräkning för den 30 juni 2002 under förutsättning att samtliga teckningsrätter utnyttjas.

### **Utvecklingen på telekommarknaden**

Avsnittet inleds med en kort beskrivning av marknadsutvecklingen och därefter fokuseras på Ericssons utveckling och agerande 2001 och framåt i förhållande till det som hänt på marknaden. Utvecklingen av efterfrågan, orderingång och försäljning för system och telefoner omnämns, samt kostnadsbesparingar som genomförts. Avsnittet avslutas med Ericssons framtidsutsikter. I detta sägs att det i ett kort perspektiv råder osäkerhet, men att det finns en tro på tillväxt i ett längre perspektiv. Tillväxtförväntningarna stöds och tydliggörs av en världskarta med procenttal över mobilpenetration på respektive marknad samt av ett diagram med den väntade utvecklingen av antalet mobilabbonenter.

### **Styrelse, koncernledning, revisorer**

I avsnittet presenterar Ericsson sina styrelseledamöter, koncernledning och revisorer, med hjälp av fotografier på de flesta av dem och medföljande korta beskrivningar.

### **Ericssonaktien**

I detta avsnitt beskrivs Ericssons aktie utifrån aktiekapitalet, där bland annat antal aktier och A- respektive B-aktiers rättigheter anges, samt hur många aktier fördelat på aktieslag som kommer att finnas om nyemissionen fulltecknas. Informationen tydliggörs också med en tabell över hur antal aktier, andel av kapital och röster fördelas före respektive efter nyemissionen. Därpå nämns antal aktieägare, och med hjälp av en tabell åskådliggörs de största ägarnas innehav av A- och B-aktier och deras andel av kapitalet och rösterna.

Därefter ges vissa kvantitativa data i form av olika nyckeltal, till exempel vinst per aktie, P/E-tal, utdelning och var aktien finns noterad. B-aktiens kursutveckling på Stockholmsbörsen 1997-juli 2002 åskådliggörs med hjälp av ett diagram och slutligen visas omsättningen av aktier på Stockholmsbörsen och NASDAQ 2001 – juli 2002



med hjälp av ett stapeldiagram. Avsnittet ger således information om aktien ur flera perspektiv och med olika grad av avancerad information.

### **Riskfaktorer**

Avsnittet utgörs av en punktlista med 27 identifierade riskfaktorer. Listan föregås av en ingress i vilken sägs att en detaljerad beskrivning av potentiella riskfaktorer är ett krav från Securities and Exchange Commission (SEC)<sup>38</sup>, och att även svenska regler kräver att faktorer av väsentlig betydelse för bedömning av bolaget ska redovisas. För en mera detaljerad beskrivning hänvisas till prospektet.

### **Skattefrågor i Sverige**

Avsnittet är endast en sammanfattning av svenska skatteregler och innehåller bland annat information om vad som beskattas i inkomstlaget kapital, skattesats, vad som gäller vid kapitalförlust respektive vinst. Specifikt nämns till exempel att om erhållna teckningsrätter utnyttjas utlöses ingen beskattning och vid avyttring av teckningsrätter ska skattepliktig kapitalvinst beräknas.

### **Villkor och anvisningar**

I avsnittet anges åter fakta om nyemissionen. Det är till störst del formalia och några nyheter som inte angetts tidigare förekommer inte i detta avsnitt. Avsnittet presenterar information om bland annat företrädesrätt, emissionskurs, avstämningsdag, teckningsrätter, handel med teckningsrätter, teckningstid, inregistrering av aktier och rätt till utdelning. Uppmaningen att antingen utnyttja eller sälja teckningsrätterna för att inte förlora det ekonomiska värdet har förtydligats med en färgad ruta och med fetstilt text.

---

<sup>38</sup> En amerikansk myndighet med uppgift att övervaka de amerikanska börserna och skydda investerarnas intressen.



## 6 Analys

I detta kapitel analyseras de skillnader som finns i dokumentens innehåll för att utreda hur de olika informationsdokumenten skiljer sig åt ifråga om kvalitativa egenskaper. Dessutom analyseras hur dessa skillnader påverkar användbarheten hos informationen. I avsnitten nedan analyseras dock inte alla delar utifrån samtliga kvalitativa egenskaper, utan i en del fall enbart från de vi finner tillämpliga. Vissa avsnitt i dokumenten uppvisar till exempel inga större skillnader beträffande begriplighet, varför de därmed inte heller analyseras utifrån begriplighet.

Första delen av analysen behandlar de olika dokumentens skillnader beträffande övergripande struktur och hierarki. Därefter följer en analys av dokumentens innehåll i deras olika delar, som börjar med dokumentens jämförbara delar och därefter de ej jämförbara delarna. För att lyfta fram utmärkande egenskaper hos varje avsnitt har vi valt att exemplifiera där så är möjligt. Strukturbrister är dock svårt att exemplifiera, och därför analyserar vi dessa utan att ge belysande exempel.

### 6.1 Analys av övergripande struktur och hierarki

Prospektet har inte en lika tydlig struktur som informationsbroschyren. Detta beror på att rubriksättningen är sämre i prospektet, vilket gör att det blir svårare att urskilja en struktur. Svårigheterna att upptäcka en struktur i prospektet kan också förklaras av att de olika delarna inte kopplas till varandra på ett lika tydligt sätt som i broschyren. Det finns inte heller någon tydlig indelning i avgränsade delar med bestämd ordningsföljd i prospektet, vilket även det påverkar läsarens möjligheter att upptäcka logiska förbindelser mellan de olika delarna. Därmed är det svårt för läsaren att se en röd tråd. Denna framträder desto tydligare i informationsbroschyren, där den enkla utformningen och den tydliga rubrikindelningen gör att läsaren kan göra kopplingar mellan de olika delarna.

Den tydligare rubriksättningen i broschyren gör att strukturen framgår tydligare, vilket gör att läsaren får minnesstöd genom de logiska kopplingarna till tidigare delar och till texten som behandlas. Detta får i sin tur positiva följder för broschyrens begriplighet. Prospektets brister i såväl struktur som hierarki gör det mer entropiskt än broschyren, vilket således gör innehållet svårare att ta till sig. Att prospektet är mer entropiskt är dock naturligt då det i första hand riktar sig till en mer homogen och kompetent grupp.

### 6.2 Analys av innehållet i dokumenten

En allmän skillnad som finns mellan informationsdokumenten och som påverkar tillförlitligheten i alla delar av dem, är att prospektet men inte informationsbroschyren är reviderat. Vi finner det dock onödigt att räkna upp denna skillnad i varje del och nämner den därför här istället.



### 6.2.1 Jämförbara delar

Nedan följer en jämförelse mellan likartade delar från de olika dokumenten. De olika dokumenten har inte samma struktur eller rubrikindelning, men vi har valt ut och jämfört de avsnitt i dem som har likartat innehåll. Vissa avsnitt i ett dokument innehåller information som är jämförbar med flera olika delar i det andra dokumentet. Därför jämförs till exempel vissa avsnitt i prospektet flera gånger med olika avsnitt i informationsbroschyren. Avsnittens rubriker markeras i fetstil, där **(P)** betecknar prospektet och **(I)** informationsbroschyren. Vissa rubriker från dokumenten är förkortade för läsbarhetens skull.

#### **(P) Bakgrund, motiv för erbjudandet (I) Ericsson rustar för framtiden och emissionslikvidens användning**

I prospektet ges utförligare bakgrundsinformation om anledningarna till nyemissionen. Prospektet innehåller också mer information om kostnadsbesparingsprogram, vilket gör att läsaren av prospektet torde få bättre insyn i dessa åtgärder. Skillnaderna är störst beträffande synen på marknaden och i hur pengarna från nyemissionen ska användas. Prospektet ger en mycket osäkrare bild av marknaden än broschyren, och en mer detaljerad och konkret bild av hur pengarna ska användas.

Exempelvis nämns i broschyren att det behövs pengar, men ”inte för att reda ut akuta problem” utan för att ”rusta Ericsson för framtiden”.<sup>39</sup> I broschyren nämns ingenting om utsikterna i det korta perspektivet. Istället påpekas att det är ”viktigt att ha ett långsiktigt perspektiv”.<sup>40</sup> I prospektet nämns däremot att ”det första halvåret 2002 har inte uppvisat några tecken på förbättring och framtidsutsikterna i det korta perspektivet är osäkra”.<sup>41</sup> Båda dokumenten har en positiv syn på framtiden, men prospektet har försiktigare formuleringar, till exempel ”Vi förväntar oss...en markant ökning av antalet abonnenter” och ”vi tror också att det finns särskilda tillväxtpotentialer”.<sup>42</sup> Broschyren använder istället formuleringar som ”när marknaden vänder uppåt”, inte ”om marknaden vänder uppåt”.<sup>43</sup> Broschyren har därför en mer positiv syn på marknadsutvecklingen.

I prospektet men inte i broschyren hänvisas till riskavsnittet, vilket gör att läsaren av prospektet troligen är mer medveten om att det faktiska utfallet kan avvika från det som uppges. Prospektets utförligare utformning med fler siffror och ökad fokusering på detaljer gör att texten har en något högre komplexitet än broschyren. Detta förstärks av att broschyren har ett personligare språk där läsaren inkluderas. I broschyren används personliga formuleringar som ”När vi nu vänder oss till Dig som aktieägare”,<sup>44</sup> medan prospektet har en mer formell ton: ”Vi uppskattar för närvarande”.<sup>45</sup> I båda dokumenten är dock författarnärvaron tydlig.

<sup>39</sup> Ericssons informationsbroschyr, s. 3

<sup>40</sup> Ibid, s. 3

<sup>41</sup> Ericssons prospekt, s. 1

<sup>42</sup> Ibid, s. 2

<sup>43</sup> Ericssons informationsbroschyr, s. 3

<sup>44</sup> Ibid, s. 3

<sup>45</sup> Ericssons prospekt, s. 2



Ifråga om begriplighet ligger de trots dessa skillnader på ungefär samma nivå. Prospektet har till skillnad från broschyren vissa underrubriker, som är välformulerade och har ett tydligt syfte på texten som behandlas. Ett exempel på underrubrik är ”Emissionslikvidens användning”<sup>46</sup>. Huvudrubriken i prospektet är koncis och sammanfattar innehållet i avsnittet, vilket ökar begripligheten. Broschyrens huvudrubrik sammanfattar inte innehållet, men är ändå inte missvisande eftersom den tydligt anger var avsnittets fokus ligger.

Broschyren har som ovan nämnts en positivare ton än prospektet, och kan därmed uppfattas som mindre objektivt och tillförlitligt. Det påverkar dock troligen inte läsaren nämnvärt; broschyrens avsnitt är utformat som ett personligt brev, vilket gör att läsaren inte förväntar sig att fakta ska presenteras neutralt och objektivt. Sammantaget ger dock innehållet i både prospektet och broschyren ungefär samma bild av bakgrunden till nyemissionen. De skillnader som finns kan motiveras av utrymmesskal och ger inga stora skillnader i användbarhet.

**(P) Nyemissionen  
Erbjudande till innehavare  
av A- och B-aktier  
Erbjudandet i sammandrag**

**(I) Så här går nyemissionen till  
Frågor och svar  
Villkor och anvisningar.  
Nyemissionen i korthet**

Prospektets och broschyrens avsnitt beskriver ungefär samma sak, men informationen i prospektet ger en något mer heltäckande bild. Informationen presenteras dessutom på lite olika sätt i de olika dokumenten. I informationsbroschyren förklaras begrepp och tillvägagångssätt för att praktiskt delta i nyemissionen i större utsträckning än i prospektet. Prospektet ger mer detaljer, mest i fråga om erbjudandet men även i övrigt. I prospektet återknyts också till risktagande och utspädning. Det här gör att informationen i prospektet ger ett bättre helhetsperspektiv men avvikelserna är ändå inte orimligt stora. Relevansen påverkas inte nämnvärt av de skillnader som föreligger i de olika dokumenten. Inte heller är några väsentliga delar utelämnade, vilket gör att tillförlitligheten inte påverkas.

Skillnaderna är istället störst vad gäller begripligheten. Broschyren är skriven på ett mycket informellt sätt med frågor och svar. Den är dessutom illustrerad med instruktiva figurer. Språket i broschyren är dessutom mycket mer lättillgängligt med enkla meningar och med en låg abstraktionsnivå. Ett karakteristiskt exempel är frågan ”Vad händer om jag inte gör någonting?” som besvaras med ”Då förlorar du värdet av dina teckningsrätter.”<sup>47</sup> Detta ska jämföras med prospektets formella språk och något högre abstraktionsnivå. Prospektet har dessutom mer fackord än broschyren, vilket försämrar begripligheten för användare utan fackkunskaper. Som exempel kan nämnas ”Vi erbjuder teckningsrätter för B-aktier till våra på avstämningsdagen för erbjudandet den 13 augusti 2002, registrerade A- och B-aktieägare.”<sup>48</sup> För användare med hög kompetens inom området kan fackorden dock öka precisionen och därmed begripligheten.

<sup>46</sup> Ericssons prospekt, s. 3

<sup>47</sup> Ericssons informationsbroschyr, s. 4

<sup>48</sup> Ericssons prospekt, s. 24





Båda dokumenten är redundanta genom att viss information upprepas på flera ställen. Redundansen är dock starkast i broschyren, då den har störst variation i upprepningarna. Prospektet återger samma information på flera ställen, men ofta med samma ordval. Detta gör att prospektet inte är lika redundant och därmed inte lika begripligt som broschyren. Undantaget är dock den information som lämnas i avsnittet *Erbjudande till innehavare av A- och B-aktier* i prospektet. Informationen återfinns visserligen i de andra avsnitten, men här är stycke- och rubrikindelningen tydligare, vilket underlättar läsningen.

**(P) Verksamhet**

**Ytterligare finansiell info**

**(I) Detta är Ericsson**

Prospektet ger en mycket omfattande bild av verksamheten och beskriver ingående de olika segmenten, medan informationsbroschyren endast överskådligt lyfter fram verksamheten, mål och strategier, forskning och utveckling etcetera. Därmed är relevansen högre i prospektet än i broschyren. I broschyren finns också inklämt en del diagram och tabeller jämförliga med en del av det som återges i den finansiella informationen. Båda syftar troligtvis till att visa på vad och var man tjänar pengar. Tillförlitligheten är högre i prospektet än i broschyren, eftersom prospektet i högre grad avbildar det som ska avbildas, och eftersom broschyren utelämnar en del väsentliga delar som är nödvändiga för att ge en helhetsbild av Ericssons verksamhet (se nedan).

I informationsbroschyren ges inga egentliga förklaringar till diagrammen. Ett stapeldiagram i broschyren visar "Fakturering och antal anställda" under perioden 1997-2001.<sup>49</sup> Något motsvarande diagram finns inte i prospektet, även om informationen går att sammanställa med hjälp av de uppgifter som finns. Det är dock tveksamt om detta diagram tillför något väsentligt. Aktieägaren har sannolikt inte någon nytta med att känna till hur stor faktureringen var i förhållande till antalet anställda, åtminstone inte eftersom diagrammet inte sträcker sig fram till juni/juli 2002; stora personalnedskärningar gjordes även under första och andra kvartalet 2002.<sup>50</sup>

I motsats till prospektet nämner broschyren inte något om leverantörer, kunder, konkurrenter, rättsliga processer, anställda och försäljning, marknadsföring, kundstöd, samriskbolag, samarbetsavtal och riskkapital, anläggningar och utrustning, moderbolagets verksamhet eller väsentliga avtal, bortsett från det minimala utrymme som i något fall ges under avsnittet *Risikfaktorer*. I prospektet framgår dessutom att Ericsson är beroende av ett fåtal kunder och leverantörer. Detta påverkar läsarens möjligheter att förutse hur rimliga Ericssons övriga bedömningar är beträffande framtidsutsikter och annat, vilket således gör prospektet mer relevant även i detta avseende.

Även beträffande framställningen av Ericssons strategier, mål och organisation finns skillnader i de två dokumenten. I prospektet ges en utförligare beskrivning av hur

<sup>49</sup> Ericssons informationsbroschyr, s. 11

<sup>50</sup> Ericssons prospekt, s. 140



Ericsson planerat att nå de mål de har ställt upp. Dessutom nämns att företaget omorganiserats och delats upp på tre segment. En beskrivning och förklaring av industri och teknik ges för vart och ett av segmenten, samt en redogörelse för Ericssons lösningar inom dem. Något motsvarande finns inte i informationsbroschyren. Den som endast läser broschyren får därför svårare att förstå verksamheten och se hur Ericsson ska tjäna pengar i framtiden, vilket därmed gör broschyren mindre relevant.

I prospektet redogörs även för Ericssons övriga verksamheter. Endast tre av de sex övriga verksamheterna beskrivs i broschyren, men då de övriga verksamheterna totalt endast utgör cirka 14 procent av Ericssons totala fakturering är utelämnandet av dem inte orimligt. Varken relevansen eller tillförlitligheten påverkas nämnbart av denna skillnad mellan dokumenten. Sammantaget kan man dock säga att prospektet ger en djupare bild av verksamheten, då det visar att verksamheten är betydligt mer komplex än vad som framgår av broschyren. Läsaren av prospektet kan därför till exempel lättare bedöma risker med verksamheten.

Beträffande begripligheten finns vissa skillnader. Broschyren har gjorts mer lättläst genom att texten varvas med bilder. Prospektet är skrivet med ett något striktare språk än broschyren, och begripligheten försämras också genom de många fackorden och förkortningarna, vilket illustreras i följande mening:

Vår verksamhet för mobilplattformar erbjuder teknikplattformar för GSM 2G/GPRS 2,5G och WCDMA/EDGE 3G till tillverkare av mobiltelefoner och andra trådlösa produkter på den öppna marknaden.<sup>51</sup>

Förkortningarna förklaras visserligen tidigt i texten, men de bidrar ändå till att göra texten trögläst då de är svåra att hålla i minnet.

Gemensamt för både prospektet och broschyren är dock att de har tydliga och välformulerade underrubriker. Dessutom är texten tydligt strukturerad och meningarna har en tydlig hierarki i båda dokumenten.

- |   |                                       |
|---|---------------------------------------|
| <p><b>(P) Urval av finansiell information</b><br/><b>Kapitalisering och annan fin. info.</b><br/><b>Operativ och finansiell översikt</b><br/><b>Ytterligare finansiell information</b><br/><b>Index till räkenskaperna och framåt</b></p> | <p><b>(I) Finansiell översikt</b></p> |
|---|---------------------------------------|

Prospektets *Urval av finansiell information* och broschyrens *Finansiell översikt* ger ungefär samma komprimerade bild av resultaträkningar (RR) och balansräkningar (BR) under några år. I prospektet finns dock fler år medtagna. Resterande avsnitt i prospektet som behandlar finansiell information är dock mycket mer omfattande, eftersom broschyren bara behandlar sådan information i ett avsnitt. Den finansiella informationen är således oerhört begränsad i informationsbroschyren jämfört med prospektet, och siffrorna är endast summeringar utan indelning i segment och dylikt. Relevansen i prospektet är därför avsevärt mycket högre än i broschyren.

---

<sup>51</sup> Ericssons prospekt, s. 96



I prospektet härleds siffrorna till segment, marknadsområden med mera. Där finns även kommentarer och förklaringar till siffrorna, vilket gör att begripligheten ökar och bedömningar av tillförlitligheten underlättas. Kommentarer och förklaringar saknas i broschyren. Siffrorna står för sig själva utan något sammanhang i broschyren, vilket gör dem svåra att begripa. Därmed kan sägas att prospektet ger en mycket större insyn i Ericssons finansiella situation, vilket underlättar för läsaren att göra bedömningar av företaget. Då detta är väsentlig information för en potentiell investerare anser vi att skillnaderna inte kan motiveras av utrymmeskäl.

Vissa betydande nackdelar finns dock även med informationen i prospektet, särskilt i avsnittet *Operativ och finansiell översikt*. Avsnittet med risker är mycket svårt att överblicka. Rubrikindelningen är mycket otydlig och stora brister finns i avsnittens struktur, med avsevärt försämrad begriplighet som följd. Några tydliga kopplingar mellan de olika avsnitten och styckena tycks inte heller finnas. Dessutom kommer redogörelsen för finanserna i de olika verksamhetsområdena i omvänd kronologi, vilket gör att det blir svårt att se sambandet mellan orsak och verkan. Prospektet är därför oerhört entropiskt, vilket påverkar användbarheten negativt. Trots dessa brister är dock både relevansen, tillförlitligheten och begripligheten högre i prospektet än i broschyren.

**(P) Operativ och finansiell översikt  
samt framtidsutsikter**

**(I) Utvecklingen på  
telekommarknaden**

Prospektet ger en omfattande redogörelse över läget och till skillnad från informationsbroschyren återknyts även till risker. Finansiella risker nämns inte alls i informationsbroschyren, vilket gör att den som enbart läser broschyren torde förbli omedveten om dem. I prospektet ges också mer information om Ericssons utveckling, med en beskrivning av vad som hänt från år till år. Detta ger en bättre helhetsbild och utökad förståelse för den nuvarande situationen, vilket således gör informationen i prospektet mer relevant.

Bedömningar av tillförlitligheten är lättare att göra i prospektet, då det ger en mycket mer detaljerad och precis redogörelse av Ericssons finansiella ställning; broschyren utelämnar alltför mycket för att bedömningar om tillförlitlighet ska kunna göras. Dessutom finns diagram och bilder i broschyren som ger intryck av tillförlitlighet, men som inte nödvändigtvis är tillförlitliga. Till exempel förekommer ett diagram över antalet mobilabonnenter, som visar hur dessa kommer att fördubblas till slutet av 2007.<sup>52</sup> Tidigare i texten nämns att prognosen baseras på ”tillgängliga industrirapporter”<sup>53</sup>. Denna prognos måste betraktas som otillförlitlig, då läsaren inte får veta vad dessa ”tillgängliga industrirapporter” är baserade på, vem som gjort dem eller framför allt när de är gjorda. Är de gjorda innan krisen för telekombranschen är de baserade på högst orimliga förväntningar. Dessutom är det högst osäkert om antalet framtida mobilabonnenter överhuvudtaget går att prognostisera på ett tillförlitligt sätt.

<sup>52</sup> Ericssons informationsbroschyr, s. 15

<sup>53</sup> Ibid, s. 15



Begripligheten är dock högre i broschyren, vilket beror på en tydlig rubrikindelning och en bättre struktur på texten. I dessa avseenden uppvisar prospektet avsevärda brister, vilket visades i föregående jämförelse.

### **(P) Riskfaktorer**

### **(I) Riskfaktorer**

Prospektet återknyter till riskerna på ett flertal ställen, medan de endast finns med på ett ställe i broschyren. I prospektet rekommenderas dessutom investeraren att noga överväga riskerna innan han eller hon beslutar sig för att investera. Någon motsvarande uppmaning finns inte i broschyren, vilket gör att läsaren av prospektet torde fästa mer uppmärksamhet på dessa risker. I informationsbroschyren nämns att avsnittet om riskfaktorer finns med efter krav från svenska regler och från Securities and Exchange Commission (SEC), vilket inte nämns i prospektet. Läsaren av broschyren får därför större förtroende för informationen under detta avsnitt, eftersom det förefaller vara anpassat till normgivares krav.

I broschyren är endast rubrikerna till de 27 riskerna som nämns i prospektet med. I prospektet följer däremot en utförligare redogörelse för dem efter varje rubrik. För läsaren av broschyren blir därför vissa av riskerna svåra att förstå, till exempel risken ”Bolagets A-aktieägare har röstmajoritet i bolaget”<sup>54</sup>. Läsaren av broschyren har svårt att förstå varför detta skulle vara en risk. I prospektet nämns däremot att detta får till följd att A-aktieägarna har ”möjlighet att utöva betydande inflytande över vissa beslut som kräver aktieägarnas godkännande”<sup>55</sup>.

Den kraftigt nedkortade versionen av riskfaktorer som ges i broschyren gör att läsaren missar den naturliga kopplingen till verksamheten och erbjudandet. Som exempel kan nämnas att i prospektet nämns konkurrerande standarder till 3G<sup>56</sup>, medan detta inte nämns uttryckligen i broschyren. Broschyrens genomgång av risker har därför inte lika hög tillförlitlighet som prospektets, eftersom broschyren har utelämnat så väsentliga delar av riskfaktorerna att den inte ger en korrekt bild av de risker som finns.

Avsnittet med riskfaktorer är väsentligt för en potentiell investerare, då full kännedom om riskerna med investeringen är viktigt för att eliminera osäkerhet. Broschyrens begränsade riskgenomgång har därför inte lika hög relevans som prospektets. I prospektet känner läsaren också igen redogörelser och beskrivningar från övriga delar av prospektet och kan koppla riskerna till dem, vilket förbättrar förståelsen och ökar begripligheten. Begripligheten i prospektet försämras dock något av det stundtals komplexa och abstrakta språket, som framgår av följande mening:

En försämring av våra kunders kreditvärdighet kan ytterligare öka vårt kapitalbehov om vi inte kan refinansiera vår kundfinansiering genom värdepapperisering eller på annat sätt överföra framtida finansieringsåtaganden till finansiella institutioner och investerare på acceptabla villkor och inom förväntade tidsramar.<sup>57</sup>

<sup>54</sup> Ericssons informationsbroschyr, s. 19

<sup>55</sup> Ericssons prospekt, s. 13

<sup>56</sup> Ibid, s. 14

<sup>57</sup> Ibid, s. 10



Trots de ibland onödigt tillkrånglade meningarna är begripligheten mycket högre i prospektet.

**(P) Styrelse, koncernledning och revisorer**      **(I) Styrelse, koncernledning och revisorer**

Ledamöterna och koncernledningen beskrivs mera ingående i prospektet än i broschyren. Informationen i de båda dokumenten är likartad, men i prospektet beskrivs bland annat även ersättning till styrelseledamöter och koncernledning och olika optionsprogram, vilket i dessa dagar med gigantiska ersättningar och bonussystem kan vara intressant för den potentiella investeraren. Prospektets avsnitt har därmed något högre relevans än broschyrens, men då detta avsnitt inte torde tillhöra de mest väsentliga för en investerare är skillnaden inte betydande.

**(P) Större aktieägare**      **(I) Ericssonaktien**

I prospektet nämns att en utredningsgrupp har tillsatts för att utreda röstskillnaderna, och som även ska formulera en föreslagen kompensation till B-aktieinnehavare i början på 2003. Detta gör läsaren uppmärksam på att rösträttsskillnaderna kan komma att förändras, vilket påverkar riskerna. Prospektets är därmed mer relevant. I övrigt lämnas ungefär samma information i de båda informationsdokumenten.

**(P) Aktiekursdata**      **(I) Ericssonaktien**

Till skillnad från prospektet är inte högsta och lägsta betalkurs med i broschyren, inte heller historiska siffror eller det totala börsvärdet. Prospektet beskriver även börshandeln och omsättningen på B-aktien. Hur intressant denna information är för en investerare är dock svårt att bedöma.

**(P) Skattefrågor i Sverige**      **(I) Skattefrågor i Sverige**

Informationen i de båda dokumenten är likartad, men i prospektet nämns även vad som gäller för aktiebolag och andra företagskategorier, samt aktieägare som är begränsat skattskyldiga i Sverige. I övrigt tycks inte något väsentligt ha utelämnats från broschyren.

### **6.2.2 Ej jämförbara delar**

Under detta avsnitt analyseras innehållet i de delar av prospektet som inte hade någon motsvarighet i informationsbroshyren.

#### **Framtidsinriktad information**

Ericssons åsikter om framtiden beskrivs visserligen i båda dokumenten, men riskerna med sådan information framgår bara i detta avsnitt i prospektet. Det är dock information som aktieägare kan behöva ha för att kunna ta ställning till Ericssons framtida vinstpotential. Risker som nämns är till exempel kostnadsökningar och



leveranssvårigheter. Utelämnandet av dessa och andra orsaker till avvikelser från den framtidsinriktade informationen, kan därför sägas göra broschyren något mindre relevant än prospektet.

### **Beskrivning av lämnad information**

Hur den finansiella informationen tagits fram kan vara av betydelse för aktieägare, för att de ska kunna bedöma hur rimlig den är. Därför skulle frånvaron av ett liknande avsnitt i broschyren kunna tänkas leda till sämre bedömningar för den som enbart läser broschyren. Avsnittet förefaller dock inte vara särskilt viktigt och utelämnandet torde därför kunna motiveras av utrymmesskäl.

### **Beskrivning av aktiekapitalet**

För en aktieägare som vill ta ställning till om han eller hon ska delta i nyemissionen kan det vara betydelsefullt att känna till vilka regler som gäller för utdelning, omröstning och annat som behandlas i detta avsnitt. Därför har prospektläsaren ett visst informationsövertag gentemot den som enbart läser broschyren. Relevansen är därmed högre i prospektet. Avsnittet är dock något svårbegripligt på grund av de många fackorden och det komplicerade språket, vilket kan illustreras med följande mening:

I händelse av att nya aktier emitteras i enlighet med utnyttjandet av konvertibla skuldebrev eller teckningsoptioner, ska beslutet anses inkludera en ökning av bolagets aktiekapital med ytterligare maximalt SEK 133 549 944 genom en nyemission av maximalt 133 549 933 B-aktier.<sup>58</sup>

Dessutom är det tveksamt om de två underrubrikerna *Val av styrelseledamöter* och *Styrelseledamöternas och VD:s befogenheter i vissa avseenden* hör hemma i detta avsnitt.

### **Valutakurser**

Då valutafluktuationer är en av de riskfaktorer som nämns under *Riskfaktorer*, kan historiska data om dem vara intressanta för de aktieägare som vill bedöma framtida valutafluktuationer. Detta är dock information som inte nämnvärt påverkar de kvalitativa egenskaperna hos dokumenten.

### **Avtal om försäljning av aktier**

Då detta avsnitt behandlar de villkor som gäller för att garanterna ska delta, kan det inte betecknas som oväsentligt. En aktieägare som enbart läser broschyren får intrycket av att garanterna kommer att delta, men den som läser detta avsnitt i prospektet inser troligen att de ställer explicita villkor för deltagande. I broschyren hänvisas i och för sig till ”ett antal villkor”<sup>59</sup>, men det framgår inte vilka dessa villkor är. Det är naturligtvis betydelsefull information för den aktieägare som vill bedöma fördelarna med att teckna sig för nyemissionen; läsaren av prospektet har här en klar fördel jämfört med den som enbart läser broschyren. I prospektet framgår också att garantierna är förenade med höga kostnader, vilket även det kan vara betydelsefullt att känna till. Detta är information som påverkar beslutssituationen för en potentiell investerare och är därmed relevant.

<sup>58</sup> Ericssons prospekt, s. 119

<sup>59</sup> Ericssons informationsbroschyr, s. 2



Detta avsnitt är dock svårbegripligt på grund av sin höga abstraktionsnivå och sitt komplexa språk med många fackord, vilket gör att läsaren har mycket svårt att uppfatta vilka de explicita villkoren är. Komplexiteten och svårbegripligheten framgår med all önskvärd tydlighet av följande mening:

För det fall teckningsrätter för B-aktier inte utnyttjas av innehavarna av sådana teckningsrätter eller ej tecknade B-aktier inte på annat sätt tecknas före utgången av teckningstiden, har var och en av de internationella garanterna enligt emissionsavtalet åtagit sig, under vissa förutsättningar, inklusive fullgörandet av köpåtagandena från vissa av våra aktieägare (enligt beskrivning ovan) samt förutsättningen att bolagets kreditvärdering inte faller under antingen Ba3 (Moody's) eller BB (Standard & Poor's), att teckna sig för upp till 5 256 337 288 av sådana återstående ej tecknade B-aktier till en teckningskurs om SEK 3,80 per aktie.<sup>60</sup>

Meningen, som innehåller 93 ord, kan knappast beskrivas som något annat än extremt svårläst. Dessutom är rubriksättningen i detta avsnitt mycket dålig, vilket gör att läsare kan missuppfatta innebörden i texten, eller kanske rentav inte läser igenom det så noggrant som de skulle ha gjort med en rubriksättning som framhävde innehållet bättre. Exempelvis framgår det inte av huvudrubriken att garanternas villkor behandlas i detta avsnitt. Inte heller underrubriken ”Ej tecknade B-aktier”<sup>61</sup> ger en tillräckligt tydlig antydning om vad avsnittet handlar om.

#### **Utdrag ur bolagsordningen**

Detta avsnitt finns inte med i broschyren, men torde inte ha någon avgörande betydelse då det mest är kortfattade formella fakta om aktiekapital, röstvärde med mera.

---

<sup>60</sup> Ericssons prospekt, s. 128

<sup>61</sup> Ibid, s. 128



## 7 Avslutning

### 7.1 Slutsatser

Prospektet har sämre övergripande struktur än broschyren. Det har också sämre rubriksättning och sämre kopplingar mellan de olika delarna än broschyren. Detta gör att den kvalitativa egenskapen begriplighet är större i broschyren med avseende på den övergripande strukturen och hierarkin.

Skillnaderna i kvalitativa egenskaper på detaljnivå är störst i innehållet bland de jämförbara delarna. Av dessa delar är skillnaderna störst i de mest väsentliga delarna, nämligen de delar som berör verksamheten, finansiell information och riskfaktorer. Prospektet täcker här bland annat viktiga delar som hur pengar ska tjänas och hur beroendet av kunder och leverantörer ser ut, på ett avsevärt mycket bättre sätt än broschyren. Det ger även en större insyn i den finansiella situationen och hur ekonomin är i olika marknadsområden än motsvarande del i broschyren. Dessutom beskrivs riskerna utförligare, så att läsaren förstår bakgrunden till riskerna och kan göra en egen bedömning av dem, vilket behövs för att reducera osäkerhet. Därmed skiljer sig prospektet och informationsbroschyren åt ifråga om kvalitativa egenskaper på så sätt att prospektet är avsevärt mycket mer relevant än broschyren.

Även beträffande tillförlitligheten är prospektet bättre. Den djupare bild som ges av verksamheten, de operativa och finansiella delarna och riskfaktorerna, gör att användaren kan bilda sig en bättre uppfattning om hur företaget gjort sina bedömningar. Skillnaden blir desto större mot broschyren eftersom broschyren här visar upp avsevärda brister, till exempel i redogörelsen för prognosunderlag i *Utvecklingen på telekommarknaden* eller i det oerhört nedkortade avsnittet *Riskfaktorer*.

Överraskande nog var inte ens begripligheten i de väsentliga delarna högre i broschyren. Visserligen hade broschyren överlag en högre begriplighet totalt sett, men i de väsentliga delarna hade broschyren så stora innehållsmässiga brister att även begripligheten var sämre än prospektet. Broschyrens högre begriplighet visade sig istället i de minst väsentliga delarna, till exempel i de delar som berör hur användaren ska gå tillväga för att delta i nyemissionen. Broschyrens högre begriplighet totalt sett gav därför inte så mycket större användbarhet. Det ska påpekas att användbarheten hade kunnat förbättra om de som producerar broschyren hade utnyttjat det tillgängliga utrymmet till att fokusera på de väsentliga delarna.

Skillnaderna i användbarhet mellan de båda dokumenten, visar sig också i de delar av prospektet som inte hade någon motsvarighet i informationsbroschyren. Avsnittet *Avtal om försäljning av aktier* behandlar de villkor som gäller för att garanterna ska delta i nyemissionen. Detta måste betraktas som väsentligt. Garanternas villkor torde vara mycket intressanta att känna till för en potentiell investerare och avsnittet är därför i högsta grad relevant. Dessvärre är detta avsnitt i prospektet svårbegripligt, men användbarheten i prospektet är naturligtvis ändå mycket högre än i broschyren, då denna inte alls behandlar garanternas villkor. Här skiljer sig prospektet och





broschyren således åt ifråga om kvalitativa egenskaper på så sätt att prospektet är mer relevant.

Broschyren är alltså mer begriplig beträffande den övergripande strukturen och hierarkin, och även totalt sett. Prospektet är dock mer begripligt i de väsentliga delarna. Beträffande relevansen och tillförlitligheten är prospektet genomgående mer relevant och tillförlitligt, och skillnaderna är störst i de väsentliga delarna.

Detta för oss in på nästa frågeställning, som berör huruvida skillnaderna i kvalitativa egenskaper är av sådan art att de allvarligt påverkar användarnas förutsättningar att fatta investeringsbeslut. Som visats ovan är skillnaderna störst i de väsentliga delarna, och dessa delar torde vara de delar som framför allt ligger till grund för investeringsbeslut. De skillnader som finns i kvalitativa egenskaper mellan prospektet och informationsbroschyren leder till att användaren av informationsbroschyren, i huvudsak småsparare och lekmän, får avsevärt mindre användbart beslutsunderlag. Därmed är skillnaderna av en sådan allvarlig art att de påverkar förutsättningarna att fatta investeringsbeslut.

Informationen i informationsbroschyren kan därmed inte sägas uppfylla Bohlins krav på att vara väl anpassad efter kompetensgraden i de olika målgrupperna. Någon god avvägning mellan utrymme och kvalitativa egenskaper görs alltså inte. Det finns därför skäl att tro att informationsbroschyrens målgrupp inte tolkar informationen på det sätt som företaget avsett. Som nämntes i kapitel 2.1 finns också en annan möjlighet, nämligen att de skillnader som finns i kvalitativa egenskaper är avsiktliga. Om de är det eller inte kan vi naturligtvis inte veta. Vår uppfattning är dock att det hade varit relativt enkelt att förbättra användbarheten utan att öka utrymmet i informationsbroschyren. Varför detta inte gjorts överlåter vi åt läsaren att spekulera i.

Avsiktliga eller inte, så kan sådana här skillnader få negativa konsekvenser på längre sikt. Om de mindre kompetenta aktieägarna upplever att de inte nås av lika användbar information som de större, finns en risk att de börjar misstro informationen som företag sänder ut till dem i samband med nyemission. Detta kan göra att de tvekar att delta i nyemissionen, vilket i förlängningen kan göra det svårt för företag att mobilisera kapital. Därmed får skillnaderna till slut konsekvenser på kapitalmarknaden och indirekt på hela samhället.

## 7.2 Förslag till fortsatta studier

Ett intressant komplement till vår uppsats skulle vara att undersöka hur de som läser informationsbroschyren uppfattar dess trovärdighet. Om de har stor tilltro till informationen i denna får dess användbarhet stor betydelse, eftersom de då baserar sina beslut på en (enligt vår studie) sämre källa. Om de anser den vara mindre trovärdig kanske eventuella brister i den får mindre betydelse för dem, eftersom de då sannolikt kompenserar informationen i den med information från andra källor. Vår uppsats är en fallstudie och frågan om de olika informationsdokumentens användbarhet kan därför inte avgöras enbart genom denna uppsats. Studier med samma studieansats på andra företag vore därför av intresse, då de kan bidra till att bekräfta eller vederlägga giltigheten i våra slutsatser.



## Källor

- Beleke, S., Carlbom, T. (2002, september 9). Intervju: Kurt Hellström – Nu skrattar han igen. *Veckans Affärer*. Tillgänglig: AffärsData. [2002, november 20]
- Bohlin, H. (1987). *Aktieägarna och Årsredovisningen*. Lund: Studentlitteratur
- Ericsson. (2002). *Informationsbroschyr*. (Telefonaktiebolaget LM Ericsson, Telefonvägen 30, 126 25 Stockholm; Handelsbanken Securities, Blaiseholmstorg 12, Stockholm & Enskilda Securities, Nybrokajen 5, Stockholm).
- Ericsson. (2002). *Prospekt*. [Den svenska översättningen av det internationella prospektet] (Telefonaktiebolaget LM Ericsson, Telefonvägen 30, 126 25 Stockholm; Handelsbanken Securities., Blaiseholmstorg 12, Stockholm & Enskilda Securities, Nybrokajen 5, Stockholm).
- Ericsson: Största fullteknade företrädesemissionen – Morgan Stanley. (2002, 6 september). *Nyhetsbyrån Direkt*. Tillgänglig: AffärsData. [2002, november 22]
- Ericsson. (2000). *Årsredovisning 2000 – Förstå vår verksamhet*. [www] Tillgänglig: URL [http://www.ericsson.com/investors/pdf/understanding\\_2000\\_sve.pdf](http://www.ericsson.com/investors/pdf/understanding_2000_sve.pdf) [2002, november 21]
- Falkman, P. (2000). *Teori för redovisning*. Lund: Studentlitteratur.
- FFFS 1995:21*. Finansinspektionens föreskrifter om prospekt. Stockholm: Finansinspektionen
- Fiske, J. (1997). *Kommunikationsteorier: en introduktion*. Stockholm: Wahlström & Widstrand.
- Garne, B. (1999). *Hur ser en bra text ut?* [www]. Tillgänglig: URL [http://www.sih.se/pdf/bra\\_text.pdf](http://www.sih.se/pdf/bra_text.pdf) [2002, november 22]
- Holmén, C., Stridsman, S & Wallqvist, J. (2002, 6 november) Därför är krisen så djup. *Expressen* [www] Tillgänglig: URL <http://www.expressen.se/article.asp?id=128320> [2002, november 26]
- Jonsson, G. (1996, februari, 9). Börs och finans: Ericsson tar efter Volvo. *Dagens industri*. Tillgänglig: AffärsData. [2002, november 22]
- Jönsson, S. (1998). "Relate Management accounting research to managerial work!", *Accounting, Organization and Society*, 23, 411-434.
- Lange, S., Melin, L. (1985). *Att analysera text, Stilanalys med exempel*. Lund: Studentlitteratur.



*Näringslivets börskommitté.* (1999). Utformning av prospekt [www]. Tillgänglig:  
URL <http://www.nbk.ihb.se/prospekt.htm> [2002, november 14]

Olbert, L. (1992). *Värdering av aktier, Finansanalytikers värderingsfaktorer och informationskällor.* (Licensiatavhandling i företagsekonomi. Företagsekonomiska institutionen, Ekonomihögskolan. Lunds Universitet).

*SFS 1975:1385.* Aktiebolagslag. Stockholm: Sveriges riksdag, Justitiedepartementet.  
Tillgänglig: Rixlex [2002, november 18]

*SFS 1991:543.* Lag om börs- och clearingverksamhet. Stockholm: Sveriges riksdag,  
Finansdepartementet. Tillgänglig: Rixlex [2002, november 18]

*SFS 1991:980.* Lag om handel med finansiella instrument. Stockholm: Sveriges  
riksdag, Finansdepartementet. Tillgänglig: Rixlex [2002, november 18]

Skyttner, L. (1998), "Information theory – A psychological study in old and new  
concepts". *Kybernetes: The International Journal of Systems & Cybernetics*, 27,  
284-311.

Smith, D. (2000). *Redovisningens språk* (2:a rev. uppl.). Lund: Studentlitteratur.

*SOU 2001:1.* Ny aktiebolagslag. Stockholm: Justitiedepartementet  
<http://www.aktietrend.se>. [2002, november 21]



## BILAGA

### Analysverktyg

#### Kvalitativa egenskaper

##### Relevans

- Påverkar beslutssituation?
- Användbar för beslut?
- Bidrar med något nytt?
- Ökar sannolikheten för användaren att nå sina mål?
- Eliminerar osäkerhet?

##### Tillförlitlighet

- Avbildas det som ska avbildas?
- Väsentliga delar utelämnats?
- Strikt och/eller formellt språk?
- Kan detta mätas på ett pålitligt sätt?
- Finns en vedertagen standard för att mäta det som ska mätas?
- Går det att verifiera uppgifter?
- Är uppgifterna reviderade av en revisor?

##### Begriplighet

Hierarkiskt uppbyggd: Har det som behandlas koppling till det övergripande ämnet och till föregående avsnittet?

Kommer meningarna i en bestämd ordning med ett inbördes sammanhang?

Struktur: Finns tydlig rubrikindelning? Är texten uppbyggd enligt ett logiskt mönster?

Entropisk: Följer texten konventionella och förutsägbara mönster?  
Är den komplex och går att tolka på flera sätt?  
Svåröverskådlig? Avsnitt med egna rubriker, avsnitten uppdelade i lagom långa stycken?

Röd tråd: Välformulerad rubriksättning? Inledningen fokuserar temat, avslutningen sammanfattar det?

Meningarna: Enkla? Kommer det centrala i dem tidigt? Fackord?

Abstraktionsnivå: Övergripande skrivet, utan detaljer? Mycket detaljer, men presenterade utan sammanhang?

Redundans: Repetitioner, exempel?



Författarnärvaro eller läsaren inkluderad i texten?

Luftig text, varvad med bilder?