

VÅR EVNE TIL VERDISKAPING
KOMPETANSEREGNSKAPET

MAMUT ASA 2003



VERDISKAPING I FOKUS

Mamut fyller 10 år i 2004, et år som vil bli minst like begivenhetsrikt for selskapet og alle involverte som årene vi har lagt bak oss. Av spennende milestener i år er kanskje spesielt selskapets børsnotering og lansering i to nye markeder; Nederland og Storbritania.

Vi er stolte av vår historie og at over 75 000 brukere i Nord-Europa har valgt våre produkter for å effektivisere sin hverdag. Ikke minst er vi også stolte over vår evne til verdiskapning, at vi nær sagt på alle områder har formådd å bli litt bedre hvert år. Vi tror at mye av suksessen skyldes at vi gjennom samtlige ti år har holdt fast på den samme visjonen og forretningsideen og bevart fokus på å bygge en sterk kultur for verdiskapning.

I et tradisjonelt regnskap presenteres bunnlinjeresultater. Dette er de harde fakta som viser de økonomiske resultatene ved årsavslutning, samt de verdiene selskapet besitter i form av eiendeler, kassabeholdning, fordringer og gjeld. Et tradisjonelt regnskap sier imidlertid lite om den verdiskapning som ligger bak resultatene. Med kompetanseregnskapet ønsker vi å synliggjøre de "usynlige" verdiene i Mamut, det som skaper og bygger våre kunderelasjoner og muliggjør bunnlinjeresultatene.

Vi håper at dette kompetanseregnskapet vil være med til å inspirere til videre utvikling av vår kompetansebedrift. At det vil være en positiv motivasjon til fortsatt fokus på hva som er viktig i verdiskapningen i Mamut og til å skape enda større verdier for våre medarbeidere og kunder.

Eilert G. Hanoa
Administrerende Direktør

Tomas Arnesen
Vice President Human Resources

MAMUT ASA 2003 HVA VI HAR FÅTT TIL I 2003

Excecutive summary.....

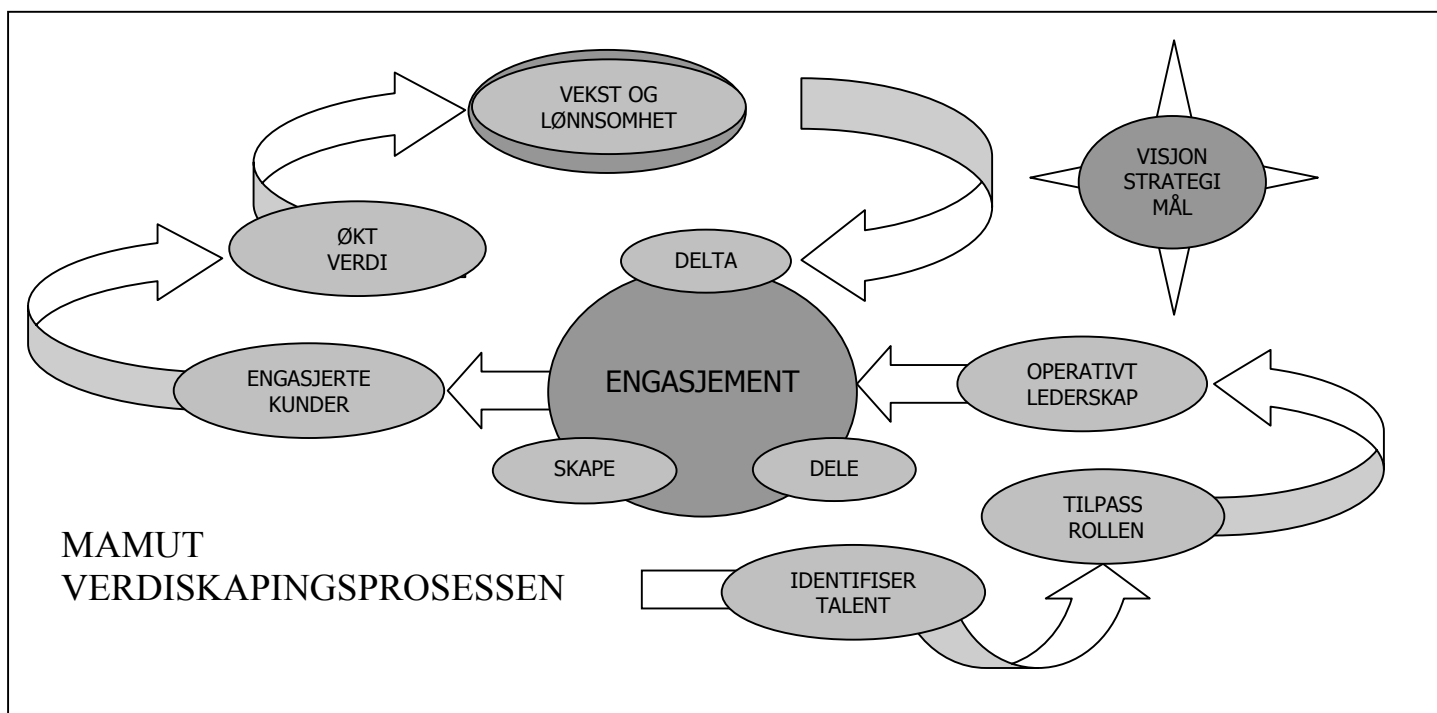
INNHold

- Innledning
Hvorfor kompetanseregnskap
- Verdiskaping i Mamut
Presentasjon av forenklet modell for hvordan verdier skapes i Mamut.
- Fast Facts
Kortfattet presentasjon av historikk og viktigste fakta om selskapet
- Visjon, Strategi & Mål
Vår evne til å knytte engasjement til felles mål og verdier
- Talentet
Vår evne til å rekruttere og beholde talenter med engasjement og vilje til å gjøre en forskjell
- Struktur
Vår evne til å bygge gode og tydelige strukturer og prosesser som ansporer til kreativitet, effektivitet og konsistent kvalitet
- Ledelse
Vår evne til å utvikle ledere som er tydelige, gode forbilder og coacher
- Engasjement
Vår evne til å skape og vedlikeholde et godt miljø med engasjerte medarbeidere
- Kunder & Relasjoner
Vår evne til å omsette engasjement til eksepsjonelle produkter og tjenester for våre kunder, synlighet i markedet, vekst og lønnsomhet.
- Verdiskaping 2003
Hvordan Mamut har blitt bedre i 2003

VERDISKAPING I MAMUT

Mamut er en kunnskapsintensiv bedrift der selskapets medarbeidere er den viktigste ressursen. For å være konkurransedyktig er organisasjonens samlede kompetanse og kunnskap avgjørende. Like avgjørende er engasjement. Uten viljen og lysten til å delta i en utvikling, dele erfaringer med andre og bidra til å skape resultater vil man i beste fall stagnere. Det er menneskene i Mamut som skal videreutvikle de produkter, strukturer og prosesser som gir merverdi for våre kunder. Derfor betrakter vi medarbeidernes engasjement som grunnpilaren i vår verdiskapingsprosess.

Forenklet kan vi presentere modellen for verdiskaping i Mamut slik:



Vårt kompetanseregnskap baseres på teoriene om Intellektuell Kapital som har som formål å gi en oversikt over de "usynlige" (imaterielle) verdiene i et selskap. Vi har imidlertid valgt å bruke generell teori som inspirasjon til å utarbeide og strukturere en rapport med utgangspunkt og fokus på hva vi har erfart er de viktigste verdidriverne i vår bedrift.

I rapporten kan du lese mer om.....

MAMUT - FAST FACTS

CORPORATE OFFICE

Mamut ASA

Pilestredet 75 c

PO Box 5205 Majorstua

N-0302 Oslo

Norway

Tel: + 47 23 20 35 00

Fax: + 47 23 30 35 01

www.mamut.com

Founded in 1994, Mamut (OSE "MAMUT") is a leading European provider of complete, integrated solutions for small businesses. Mamut offers complete and user-friendly solutions at the best price/performance integrating accounting, sales force automation, CRM, logistics, project management and e-commerce. More than 75,000 European users simplify their daily business with solutions from Mamut. Further information about Mamut and the company's products can be found at www.mamut.com

Mamut has operations in Norway, Sweden, the Netherlands and the UK. The company is listed on Oslo Stock Exchange with the ticker code MAMUT.

VISION, MISSION AND STRATEGIC GOAL

Vision

To simplify the way small organisations do business

Mission Statement

To empower all organisations with effective and user friendly administrative tools in order to control their business processes

Strategic Goal

Become a leading provider of small business solutions in Europe

THE MAMUT CONCEPT

Core company attributes

- Centralised call center located at head office
- Localised business software solutions
- Integrated web-based service solutions
- Complete customer care and technical support
- Partner-centric business model
- Experienced organisation



DEVELOPMENT OF MAMUT ASA

1994/95 Founding the company

The company is established as Guru Software

Administrative solution Guru Software is introduced in Norway

2000 Profitability in home market

Introduction of the first e-commerce solution

Guru Software renamed to Mamut ASA

Mamut launches Mamut Business Software – the first solution integrating CRM and e-commerce in one application

2004 Internationalisation

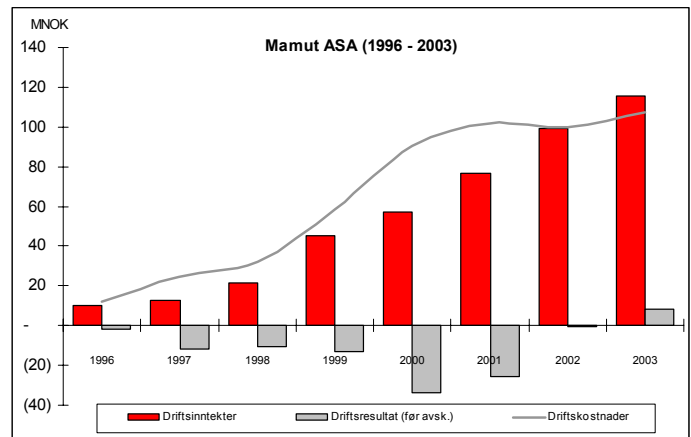
Mamut awarded Europe's best small business solution

Launch in Sweden, the Netherlands and the UK

Listed on Oslo Stock Exchange

FINANCIAL GROWTH AND SCALABILITY

FY ENDING	HEAD-COUNT	NET REVENUE	EBITDA GROWT	NET INCOME
12/31/1995	5	3.4M	-	0
12/31/1996	20	10.2M	300%	-2.4M
12/31/1997	48	12.5M	23%	-12.3M
12/31/1998	53	21.3M	70%	-11.7M
12/31/1999	72	35.4M	66%	-11.2M
12/31/2000	130	57.2M	62%	-15.2M
12/31/2001	134	76.5M	34%	-32.5M
12/31/2002	126	99.2M	30%	-6.0M
12/31/2003	132	115.8M	17%	3.4M



FOR MORE INFORMATION

Please contact Mamut Public Relations at

info@mamut.com

or visit our Web site www.mamut.com

Mamut ble etablert i 1994 med visjon om å forenkle og effektivisere hverdagen for små og mellomstore virksomheter.

I 1994 bestod markedet av aktører som tilbød dyre og krevende løsninger som ikke var tilpasset mindre virksomheter. Dette tross for at over 90 % av norske virksomheter hadde færre enn 20 ansatte. Markedspotensialet var stort for et selskap som ville ta de mindre virksomhetene på alvor og allerede i 1995 lanserte Mamut markedets første komplette og brukervennlige administrative system tilpasset SMB segmentet.

Sentralt i vår evne til å skape verdier står en uendret visjon og forretningsidé gjennom 10 år og vårt samlede engasjement om å gjøre en forskjell for de små og mellomstore virksomhetene. Med utgangspunkt i kundens behov ble fundamentet for Mamut lagt og vår ledestjerne i hverdagen definert.

KUNDEN I FOKUS

- VI SKAL redusere kostnadene for kunden ved å tilby standardapplikasjoner med **lave priser** i høyt volum basert på markedets mest utbredte operativsystem (Microsoft Windows).
- VI SKAL ha fokus på et produkt med en kildekode for optimal kvalitet og **brukervennlighet** til alle kunder.
- VI SKAL gi kunden **kontroll over egen hverdag** ved å tilby standardiserte og brukervennlige gjør det selv systemer som reduserer kostnader ved implementering, bruk, vedlikehold og opplæring.
- VI SKAL ha **kundestyrte utvikling**, bl.a. i form av informasjonsbase som inneholder alle tilbakemeldinger fra markedet som vurderes ved utvikling av nye versjoner, for å sikre funksjonalitet tilpasset mindre virksomheters faktiske behov.
- VI SKAL levere **komplett funksjonalitet** for å forenkle og effektivisere kundens hverdag. Et produkt, en leverandør, automatisering av prosesser, lavere priser, økt brukervennlighet.
- VI SKAL forenkle og effektivisere hverdagen betydelig for kunden slik at de kan fokusere på sin kjernevirksomhet og oppleve **økte inntekter og reduserte kostnader**.

Visjonen og forretningsideen gjennomsyrrer alt fra produkt til rekrutteringsprosesser, strukturer og belønningssystemer. Vi tror imidlertid at vår evne til å knytte engasjement til felles mål og verdier i seg selv er avgjørende i verdiskapingsprosessen. At medarbeiderne kjenner og identifiserer seg med budskapet og tror på at det vi kan tilby våre kunder av varer og tjenester faktisk spiller en klart positiv rolle for brukerne.

Våre medarbeidere engasjerer seg i selskapets felles mål og verdier

Vi kan aldri bli gode nok på dette, men det er gledelig at også årets målinger viser at det er svært få medarbeidere i Mamut som ikke klart identifiserer seg med selskapets mål og verdier.

Identitet indeksen 2003

Identifiserer jeg meg sterkt med bedriftens formål og historie?

Er jeg stolt av bedriftens visjon?

Anser jeg at bedriften er mer etablert og anerkjent enn konkurrentene?

Har jeg dyp kunnskap om bedriftens tradisjoner og historie?

Passer bedriftens verdigrunnlag og kultur perfekt for meg?

Liker jeg å fortelle at jeg er ansatt i bedriften?



	2003	2002	2001	2000
Entydig ja	55 %	n/a	n/a	n/a
2,3,4	35 %	n/a	n/a	n/a
Entydig nei	10 %	n/a	n/a	n/a

Regnskap

Talenter og engasjement	2003	2002	2001	2000
Talenter				
Antall medarbeidere				
Sales & Customer Communication				
Product R&D / Marketing				
Corporate Operations				
Andel internasjonale medarbeidere				
Andel kvinner				
Gjennomsnittsalder				
Ansienitet, gjennomsnitt				
Mer enn 5 års ansienitet				
Mindre enn 2 års ansienitet				
Andel med over 3 år høyere utdanning				
Antall jobbsøkere				
Nyansettelser				
Turnover				
Anisennitet				
Sykefravær				
Menn				
Kvinner				
Lønnskostnad per medarbeider				
Lønnskostnad/Totalkost				
Engasjement				
Delta (medarbeiderengasjement)				
Vet jeg hva som forventes av meg i jobben?				
Har jeg de nødvendige hjelpemidler til å gjøre jobben riktig?				
Har jeg muligheten til å gjøre det jeg er best til hver dag?				
Har jeg i løpet av siste uke fått anerkjennelse og ros for godt utført arbeid?				
Virker det som om lederen min eller andre bryr seg om meg?				
Er det noen som oppmuntrer meg til å videreutvikle meg?				
Dele (strategilæring)				
Deler jeg kunnskap for maksimal verdiskapning?				
Utvikler jeg maler, verktøy og prosesser sammen med kollegaer og kunder?				
Blir jeg mer effektiv ved bruk av maler, verktøy og prosesser?				
Blir mine kunder og kollegaer mer effektive ved direkte tilgang til mine verktøy og prosesser?				
Hjelper jeg mine kunder og kollegaer til å lære?				
Lærer jeg av mine kollegaer og kunder hver dag?				
Skape (kundeengasjement/fokus)				
Holder bedriften min alltid hva den lover?				
Gir jeg alltid våre kunder en fair behandling?				
Dersom et problem oppstår, kan kundene mine regne med at jeg løser dette på en fair og tilfredsstillende måte?				
Er våre kunder stolte av bedriften min?				
Behandler jeg alltid våre kunder med respekt?				
Er bedriften min perfekt for kundene mine?				
Identitet (kultur, verdier og mål)				
Identifiserer jeg meg sterkt med bedriftens formål og historie?				
Er jeg stolt av bedriftens visjon?				
Anser jeg at bedriften er mer etablert og anerkjent enn konkurrentene?				
Har jeg dyp kunnskap om bedriftens tradisjoner og historie?				
Passer bedriftens verdigrunnlag og kultur perfekt for meg?				
Liker jeg å fortelle at jeg er ansatt i bedriften?				

Kunder og relasjoner	2003	2002
Markedsposisjon		
Antall kunder (splittet ned på kundegrupper)		
Norge		
Sverige		
Nederland		
Storbritania		
Markedsandel		
Norge		
Sverige		
Nederland		
Storbritania		
Andel nye kunder (splittet ned på kundegrupper)		
Norge		
Sverige		
Nederland		
Storbritania		
Turnover (splittet ned på kundegrupper)		
Norge		
Sverige		
Nederland		
Storbritania		
Kundelojalitet/Gjenkjøpsprosent		
Norge		
Sverige		
Nederland		
Storbritania		
Gjennomsnittlig inntekt per kunde (splittet ned på kundegrupper)		
Norge		
Sverige		
Nederland		
Storbritania		
Merkevare/eksponering SMB		
Top of mind Norge		
Top of mind Sverige		
Top of mind Nederland		
Top of mind Storbritania		
Marketingkost/Totalkost		
Image		
Kundetilfredshet		
Holder Mamut alltid hva de lover?		
Får du alltid en fair behandling?		
Dersom et problem oppstår, løser Mamut dette på en fair og tilfredsstillende måte?		
Blir du alltid behandlet med respekt?		
Er Mamut og Mamuts produkter perfekt for deg?		
Vil du anbefale Mamut og Mamuts produkter til andre virksomheter?		
Betrukker du Mamuts produkter og tjenester som bedre enn konkurrentenes?		
Synlighet		
Antall besøk på web		
Offentlige opptredner (seminarer, presentasjoner m.m.)		
Presseomtale		
Annonsering og DM'er		
Utmerkelse/priser		

Strukturer og prosesser	2003	2002
Informasjonssystem		
IT kostnad per medarbeider, drift		
IT kostnad/Totalkost		
Responstid interndrift		
Gjennomsnittlig bruk av intranet		
Mamut Business Software brukere		
MIND, antall brukere		
Hvor godt støtter IT løsninger core operation (spørreundersøkelse)		
Product		
R&D investment		
R&D investeringer/totalkost		
Innrapporterte feil		
Andel produkter utviklet i samarbeid med kunden		
Antall registrerte produkttilbakemeldinger fra kunder		
Andel kunder på siste produktversjon		
Andel inntekt fra nye og forbedrede produkter		
Service & Prosess Management		
Antall kunder per supportmedarbeider		
Antall kundehevendelser til support		
Kostnad per kundehevendelse		
Gjennomsnittlig responstid		
Omsetning per selger		
Antall nye kunder per selger		
Gjennomsnittlig telefoner ut/inn per selger		
Antall leads fra eksisterende kunder		
Antall salg closed on first call		
Generelt		
Omsetningsøkning		
Kostnadsøkning		
Resultatforbedring		
Omsetning per medarbeider		