

Clas Ohlson tar problemlösning i hemmet till en ny nivå – lanserar tillväxtstrategi med digitalt fokus och nytt serviceerbjudande

Clas Ohlson ska växa på den nordiska marknaden med fokus på att förenkla människors vardag i hemmet genom ett mer unikt kunderbjudande av både produkter, kompletterande tjänster och rådgivning. En utvecklad digital affär, service i världsklass samt en förenklad och effektiv verksamhet är centrala delar i den nya strategin.

Tillväxtstrategin presenteras i sin helhet på bolagets kapitalmarknadsdag i dag, där representanter från koncernledningen redogör för resultat och slutsatser från det omfattande analysarbete som gjorts. Ett antal strategiska fokusområden och en rad nya initiativ framåt presenteras.

100 år av relationsbyggande skapar nya möjligheter

Entreprenören Clas Ohlson grundade för 100 år sedan ett bolag med tanken att förenkla människors vardagsliv. Mycket har hänt sedan dess, men Clas Ohlsons idé är minst lika relevant nu som då. Vi ska fortsätta att hjälpa och inspirera människor att förbättra sin vardag genom att erbjuda smarta, enkla och praktiska lösningar till attraktiva priser.

Företaget Clas Ohlson har genom åren tagit en plats i miljontals människors hjärtan och byggt starka relationer med kunderna. Det ger oss förutsättningar och förtroende att förenkla människors liv på nya sätt när människors vanor, behov och konsumtionsmönster förändras och nya teknologier gör det möjligt. Den möjligheten ska vi ta.

Närmare kundrelationer med det nordiska hemmet i fokus

Den nya tillväxtstrategin grundar sig på ett gediget analys- och strategiarbete som pågått sedan september 2017. Detta arbete har tydliggjort bilden av Clas Ohlsons marknadsposition, våra och potentiella kunders agerande i en ny konkurrenssituation, samt företagets möjligheter och utmaningar i ett nytt landskap. Vårt arbete visar bland annat att Clas Ohlson har:

- Stark bas att växa från med mycket hög varumärkeskänedom och en finansiell position som möjliggör offensiva satsningar
- Stora möjligheter att öka kommersialiseringen i erbjudandet och effektivisera sortimentet
- Betydande möjligheter att förenkla och effektivisera verksamheten
- Stor potential att utveckla verksamheten online som i dag står för en försäljningsandel om 3,5 procent, vilket är under marknadsgenomsnittet
- Stor tillväxtpotential på den växande nordiska marknaden

Vår unika marknadsposition i Norden ger oss möjlighet att bredda erbjudandet till alla typer av hem, och att ta en större andel av kundernas konsumtion kopplad till hemmet, något vi

kallar *share of home**. Marknaden för dessa produkter till hemmet beräknas omsätta cirka 90 miljarder kronor i Norden i dag och beräknas fortsätta att växa kommande år. Clas Ohlson har som ambition att växa snabbare än marknaden och utöka sin marknadsandel under en kommande period inom detta område, fortfarande med fokus på att förenkla människors vardag i hemmet med smarta, enkla och praktiska lösningar till attraktiva priser.

Utöver detta kommer vi att addera nya närliggande tjänster till vårt erbjudande som innebär att vi tar steg in på marknaden för tjänster i hemmet. Denna marknad uppskattas omsätta cirka 15 miljarder kronor i Norden.

Sammantaget kommer Clas Ohlson att verka på en marknad som i dag omsätter totalt cirka 105 miljarder kronor i Norden.

– De allra flesta människor i Norden känner till, gillar och litar på Clas Ohlson. Det ger oss fantastiska och ganska unika förutsättningar för att få förtroende att ta en större roll för att förenkla människors vardagsliv i fler nordiska hem. Vi kan lösa fler problem på fler och helt nya sätt till ännu fler. Genom att utveckla vårt erbjudande, ska vi komma närmare kundernas vardag och med det bli än mer relevanta och tillgängliga för våra kunder. Det ska alltid vara enkelt att välja Clas Ohlson. Vi ska också bryta ny mark för att visa vad ett traditionellt detaljhandelsföretag som vi, kan vara och göra i ett nytt landskap, säger Lotta Lyrå, vd och koncernchef på Clas Ohlson.

Fokus på tre strategiska områden

I den nya strategiska planen spelar verksamheten online en central roll för vår ökade tillgänglighet gentemot våra kunder. Planen innehåller utvecklingen av en helt unik digital plattform som ger kunden ett samlat gränssnitt mot Clas Ohlson utvidgade kunderbjudande. En rad initiativ kopplat till detta kommer att sjösättas med start redan i år. Clas Ohlsons långsiktiga ambition är att utveckla en helt ny affärsmodell online.

Totalt sett inkluderar bolagets strategiska plan ett stort antal initiativ som, på såväl kort som lång sikt, stärker Clas Ohlsons position på marknaden:

- **Utveckla ett unikt kunderbjudande:** vi ska bli än mer relevanta för kunden genom att erbjuda ett mer fokuserat produkt erbjudande där vi tydligare definierar hemmet som vårt territorium och samtidigt adderar ett kompletterande tjänsteutbud. Som ett första steg kan vi i dag berätta om Clas Fixare – ett samarbete med Pegital Investment AB för att utveckla tjänster för praktisk problemlösning i hemmet (se separat pressmeddelande).
- **Ge service i världsklass:** vi ska öka mervärdet för kunden genom att utveckla vår redan höga servicenivå med ökad tillgänglighet och mer personlig rådgivning både online och i butik, och därmed bygga en närmare relation med kunden.
- **Förenkla och effektivisera verksamheten:** vi introducerar ett antal initiativ för att öka systematiken i produktutveckling, inköp och leveranser för att öka kostnadseffektivitet och öka snabbheten gentemot kunden.

*Andelen av vad den nordiska konsumenten spenderar på produkter i hemmet som Clas Ohlson kan eller vill kunna erbjuda.

Finansiell plan i korthet och nya finansiella mål

Den nya tillväxtstrategin innebär att bolagets finansiella mål revideras. En större tillgänglig marknad och ett mer unikt erbjudande ska öka försäljningen, samtidigt som vi förbättrar rörelsemarginalen jämfört med nuvarande faktiska nivåer.

- Försäljningen ska öka organiskt med i genomsnitt 5 procent per år under en femårsperiod
 - försäljningen per kund ökar
 - försäljningen per kvadratmeter ökar
 - försäljningen online minst fördubblas vartannat år
- Rörelsemarginalen ska uppgå till 6-8 procent inom en femårsperiod
 - egna varumärken ökar som andel av försäljningen
 - organisationen och butiksytan effektiviseras
 - sortimentsutveckling, inköp och logistik systematiseras

De första två åren beräknas cirka 1-2 procent av den underliggande rörelsemarginalen investeras i strategiska initiativ.

- Nettoskuld i relation till EBITDA ska understiga två (2) gånger
 - investeringar planeras med hänsyn till finansiell ställning, kassaflöde och strategiska aktiviteter
- Utdelningspolicyn ska vara oförändrad mot tidigare
 - utdelningen ska utgöra minst hälften av resultatet per aktie efter skatt med beaktande av den finansiella ställningen

De första två åren är ambitionen att utdelningen behålls i nivå med verksamhetsåret 2016/17, i absoluta tal.

Som en konsekvens av den strategiska planen, flyttas e-com från den pågående implementeringen av IT-plattformen sCORE, till att istället inkluderas i utvecklingen av en ny digital plattform, vars finansiering ingår i den finansiella planen kopplad till strategin. Investeringen kopplad till sCORE kommer även med denna förändring att uppgå till tidigare kommunicerade 500 Mkr under femårsperioden 2013/14 till 2018/19.

Presentationsmaterial samt webcast från dagens kapitalmarknadsdag kommer att publiceras efter det att kapitalmarknadsdagen har avslutats på about.clasohlson.com.

För mer information, vänligen kontakta:

Sara Kraft Westrell, Informations- och IR-direktör, telefon 0247-649 13

Detta är sådan information som Clas Ohlson AB (publ) är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning och lagen om värdepappersmarknaden. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersons försorg, för offentliggörande den 3 maj 2018 klockan 11:00.

Clas Ohlson grundades 1918 som en postorderfirma i Insjön, Dalarna. När vi i år firar 100 år som företag gör vi det med kunder på fem marknader, med drygt 4 800 medarbetare och med en omsättning om cirka 8 miljarder kronor. Vår aktie är noterad på Nasdaq Stockholm. Mycket har hänt sedan starten, men en sak har varit densamma genom alla år: att vi varje dag vill hjälpa och inspirera människor att förbättra sin vardag genom att erbjuda smarta, enkla, praktiska lösningar till attraktiva priser. Läs mer om vår historia på clasohlson100.com eller om var vi står idag på about.clasohlson.com.