

Aviserat köp slutförs



ÄGARBYTTE Kjell och company får nya ägare. Det är FSN capital som har köpt Icagruppens 50-procentiga andel i prylkedjan för 630 miljoner kronor.

2006 köpte Icagruppen, dåvarande Hakon invest, 50 procent av Kjell och companys från grundare.

Sedan investeringen gjordes har Kjell och company vuxit från 15 butiker med 255 miljoner kronor i årlig omsättning till 75 butiker med 931 miljoner kronor i omsättning under 2013.

10,1

PROCENT

gick järn- och bygghandeln upp med i april, jämfört med samma månad i fjol, avseende totalt butiksintehav. I jämförbara butiker steg försäljningen med 10,8 procent.

XXL vill till börsen

EXPANSION Norska sportkedjan XXL växer snabbt. Och nu bekräftar kedjan planerna på en börsintroduktion.

I en platsannons från huvudkontoret i Oslo skriver företaget att man av överväger en "initial public offering" under de kommande tre åren och därför söker tillskott till sin ledningsgrupp.

XXL har 37 butiker i Norge, Sverige och Finland och kedjan omsatte dryga 4 miljarder norska kronor i fjol.

BYGMA LÄMNAR INTERPARES

PÅ EGEN HAND Bygmagruppen har under den senaste perioden expanderat och menar att tiden nu är mogen för att stå på egna ben. Därför släpper byggfackhandeln samarbetet med den frivilliga inköpsorganisationen Interpares.

Bygma har 16 varuhus på 11 orter.



Lars Fins, koncernchef för Life Europe, ser beslutet att blåsa av planerna på att konkurrera med apoteken som ett klokt val.

LIFE EUROPE

Huvudägare: Norvestor equity.

Butiker: 440 i Sverige, Norge och Finland.

Sverige: 210 butiker, varav 90 egna och 120 franchise.

Koncernchef: Lars Fins.



UTVECKLING 2010-2013

| miljoner kronor | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
|-----------------|------|------|------|------|
| Omsättning | 767 | 739 | 745 | 786 |
| Rörelseresultat | -4 | 16 | 26 | 40 |

Friskvårdsvalet rätt tänkt

Hälsofackkedjan Life har hittat sin nisch i konkurrensen från bland annat den växande apoteksbranschen. Bokslutet för 2013 visar inte bara på stigande omsättning utan också på en resultatförbättring på 54 procent mot fjolårets redan positiva rörelseresultat.

text och foto THOMAS KARLSSON

DET VAR 2009 som Lifekedjan började nysatsa. Företaget hade då kämpat med förluster i flera år och visste att den pågående avregleringen av apoteksverksamheten skulle kunna slå hårt mot de svenska hälskostbutikerna. I samma veva tog man också beslutet att blåsa av sina planer på att vara med i apotekssvängen.

– Att avstå från den marginalpressade och konkurrensutsatta läkemedelsförsäljningen var ett strategiskt vägval och det framstår i dag som ett klokt beslut, säger Lars Fins, koncernchef för Life Europe.

ISTÄLLET FÖR ATT vara med och bota sjuka människor satsade man på att hjälpa kunderna att hålla sig friska, främst genom kost, motion och vila.

– Vi kommer faktiskt längre och längre ifrån apoteken, konstaterar Lars Fins.

Han beskriver det som ett häftigt förändringspaket som genomfördes under

2010. Apoteken satsade stort på marknadsföring och försökte bryta sig in på den traditionella hälsofackhandelns domäner med kosttillskott och andra högmarginalvaror. Konkurrensen från apoteken fick försäljningen att sjunka och resultatet stannade på rött.

– Men ur det här reste Life sig som Fågel Fenix ur askan och sedan februari 2011 har vi månad för månad förbättrat resultatet. Och 2013 blev det bästa året någonsin med 40 miljoner kronor i rörelseresultat, säger Lars Fins.

Förändringsarbetet har varit väldigt omfattande, bland annat kapades 18 procent av kostnaderna, 100 personer i overhead-organisationen blev 60. En ny marknadsföringsstrategi med tv-reklam och idrottssponsring liksom ett nytt butikskoncept fick försäljningen att öka, liksom investeringar i e-handel.

– Vi har satsat stora resurser på att

utveckla vårt varumärke med fokus på den hälsotrend som nu råder, säger Lars Fins.

LIFE HAR 440 butiker i Sverige, Norge och Finland, varav 210 i Sverige. 110 butiker är egenägda och resten är franchisebutiker. På frågan om vilka butiker som går bäst svarar Lars Fins att de egenägda i snitt går bättre.

– Här kan vi genomföra konceptet och driftsmodellen fullt ut medan franchisebutikerna inte alltid har förnyat sig på samma sätt, säger han.

EN ANNAN ORSAK är att de egna butikerna har bra lägen.

Vi är populära hyresgäster och kan egentligen ligga var som helst i ett köpcentrum. Det går snabbt och enkelt att öppna en ny butik, en butik på 30 – 50 kvadratmeter bygger vi på 48 timmar.

– Vi är populära hyresgäster och kan egentligen ligga var som helst i ett köpcentrum. Det går snabbt och enkelt att öppna en ny butik, en butik på 30 – 50 kvadratmeter bygger vi på 48 timmar.

Life har också en egen grossistverksamhet, Life logistics som är Nordens största med en omsättning på budgeterade 540 miljoner kronor. Nyligen har man också förvärvat den norska grossisten Validus engros och butiksbolaget Validus butikdrift med en omsättning på cirka 475 respektive 190 miljoner svenska kronor. Förvärvet kräver ett godkännande av norska konkurrensmyndigheten och beräknas kunna slutföras under juli i år.

– På den nordiska hemmamarknaden står Life starkare än någonsin och vi är redo att växla upp både tillväxt och resultat, kommenterar Jarle Gundersen, styrelseordförande i Life Europe AB och partner i Norvestor equity.

LARS FINS TILLÄGGER att det fortfarande finns massor att göra och att det exempelvis är stora skillnader mellan butikerna.

– Vi har bara kommit halvvägs i arbetet, säger han.

– Även om butikerna inte ska vara helt lika så behöver vi bli mer enhetliga.

Lars Fins ser en stor potential i företaget.

– Vi räknar med att ha fördubblat vårt rörelseresultat senast helåret 2016, säger han. ¶