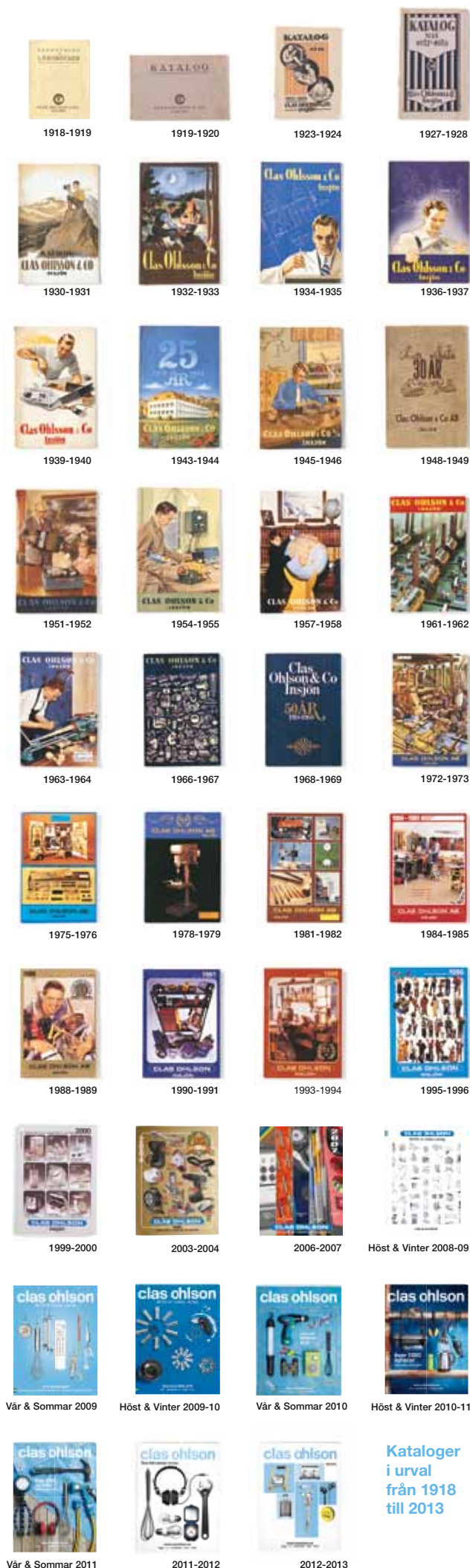


clas ohlson



Årsredovisning 2012/13

Innehåll



Året i korthet

VD har ordet

Strategisk inriktning

Marknadsöversikt

Verksamheten

Marknadsföring

Våra försäljningskanaler

Inköp och sortiment

Egna varumärken

Varuflöde, IT och säkerhet

Risker och osäkerhetsfaktorer

Hållbar utveckling

Vårt arbete för mänskliga rättigheter

Våra medarbetare och vår värdegrund

Vårt ansvar för miljön

Clas Ohlsons GRI-profil

Aktien och ägare

Årsredovisning

Förvaltningsberättelse

Bolagsstyrning

Fem år i sammandrag

Kommentarer

Koncernens resultaträkning, totalresultat och kassaflödesanalys

Koncernens balansräkning och förändring i eget kapital

Moderbolagets resultaträkning, totalresultat och kassaflödesanalys

Moderbolagets balansräkning och förändring i eget kapital

Redovisningsprinciper och noter

Årsredovisningens undertecknande

Revisionsberättelse

Styrelse och revisorer

Ledande befattningshavare

Resultat per kvartal

Definitioner

Adresser

1

2

5

9

13

13

16

20

21

22

24

27

30

36

40

43

45

48

50

58

59

60

61

62

63

64

76

77

78

82

84

84

85

Internationell expansion



Clas Ohlsons vision är att utveckla en stark internationell detaljhandelskedja med hög lönsamhet och god värdetillväxt för våra aktieägare. Ambitionen är att bli det självklara valet för människor som söker smarta lösningar på sina praktiska problem i vardagen.

Under verksamhetsåret växte vi med 4 procent i en generellt svag detaljhandelsmarknad i våra verksamhetsländer. Rörelseresultatet uppgick till 431 Mkr (561) påverkat av en lägre försäljning i jämförbara butiker.

Clas Ohlson har under året fått ett antal utmärkelser, bland annat mest populära butiken i köpcentrum (Drömgallerian 2012), Sveriges näst starkaste varumärke inom detaljhandeln (GFK 2012) samt att vi rankas bäst i branschen i en undersökning om hållbarhet (Sustainable Brands Insight 2013).

Dessa utmärkelser ger oss som arbetar på Clas Ohlson energi att, tillsammans med våra kunder och aktieägare, fortsätta att utveckla företaget med ambitionen att fler kunder ska få ta del av allt det som Clas Ohlson kan erbjuda!

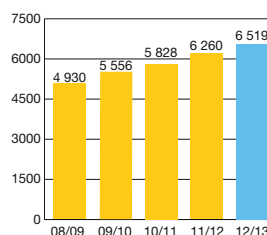
Året i korthet

- Försäljningen uppgick till 6 519 Mkr (6 260), +4 %
- Rörelseresultatet uppgick till 431 Mkr (561), -23 %
- Resultat efter skatt uppgick till 332 Mkr (400), -17 %
- Vinst per aktie uppgick till 5,23 kr (6,29), -17 %
- Utdelningen föreslås till 4,25 kr per aktie (4,25)
- Etablering av 17 nya butiker

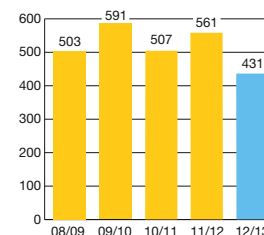
Nyckeltal	2012/13	2011/12	Förändring
Nettoomsättning, Mkr	6 519	6 260	+4 %
Rörelseresultat, Mkr	431	561	-23 %
Resultat före skatt, Mkr	420	551	-24 %
Resultat efter skatt, Mkr	332	400	-17 %
Rörelsemarginal, %	6,6	9,0	-2,4
Avkastning på eget kapital, %	18,3	23,1	-4,8
Avkastning på sysselsatt kapital, %	23,2	27,9	-4,7
Soliditet, %	59,1	60,3	-1,2
Vinst per aktie, kr	5,23	6,29	-17 %
Utdelning per aktie, kr	4,25*	4,25	0 %
Totalt antal butiker	174	157	+11 %
Antal årsanställda	2 524	2 370	+6 %

* Föreslagen utdelning

Försäljning, Mkr



Rörelseresultat, Mkr



Kalendarium

Delårsrapport första kvartalet	4 september 2013
Årsstämma för verksamhetsår 2012/13	7 september 2013
Halvårsrapport	11 december 2013
Delårsrapport tredje kvartalet	12 mars 2014
Bokslutskommuniké för verksamhetsår 2013/14	11 juni 2014

Allt fler upptäcker Clas Ohlson

Kort fakta om Clas Ohlson

Clas Ohlson är ett börsnoterat detaljhandelsföretag med stora visioner och högt satta mål. Vi håller hårt på vårt ursprung, vår anda och starka kundfokus.

Med ett brett och prisvärt sortiment, personlig service och hög tillgänglighet hjälper vi våra kunder att hitta lösningen på praktiska vardagsproblem.

Vårt sortiment består av 15 000 produkter inom kategorierna Bygg, Hem, Multimedia, El och Fritid. Vi erbjuder också reservdelar som förlänger livslängden på produkter - något som är bra för både plånboken och för miljön.

Våra kunder kan handla hos oss via våra 174 butiker i Sverige, Norge, Finland och Storbritannien, via e-handel, katalog och telefon. Under verksamhetsåret hade Clas Ohlson 70 miljoner besökare och 34 miljoner kunder.

Clas Ohlson-andan bygger på ett stort och ärligt engagemang i kunder och medarbetare. Lika viktigt är att vi tar ansvar och bidrar till en hållbar utveckling.

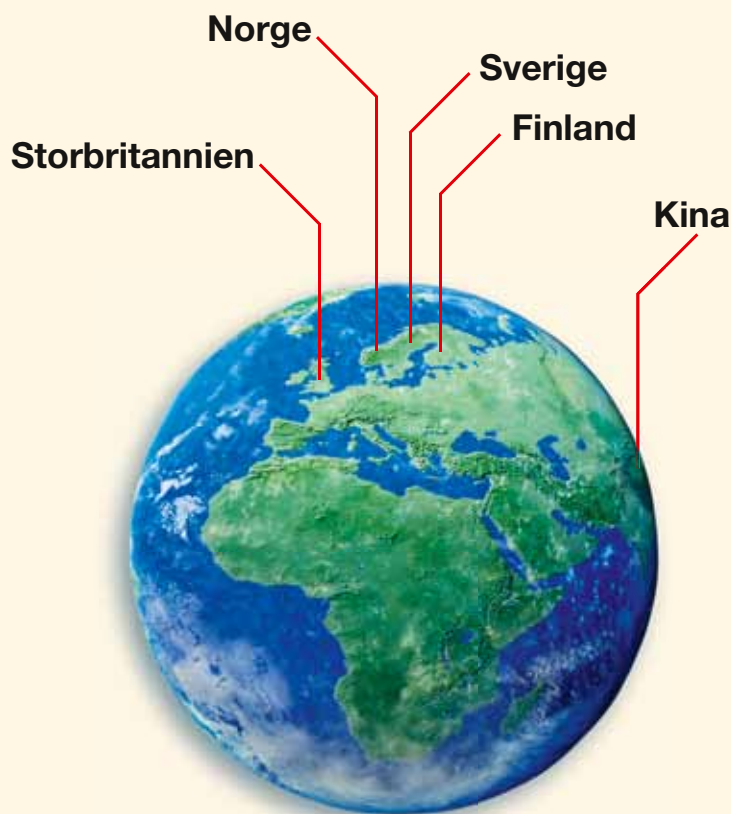
Clas Ohlson har vuxit och gått med vinst varje år sedan 1918. Idag är vi 4 280 anställda och har en total försäljning på 6,5 miljarder kronor om året.

Användbara lösningar sedan 1918



Grundaren Clas Ohlson etablerade 1918 sin första butik i en liten faluröd stuga på 25 kvadratmeter i Insjön. Butiken har flyttats och expanderat under åren och i maj 2010 invigdes den nuvarande "Mega-Clas" alldeles nära ursprunglokalen vid Hjultorget. Idag är världens första Clas Ohlson-butik också världens största, med ny modern butiksinredning och 3 200 kvadratmeter fyllda med produkter, inspiration och

smarta lösningar för vardagens små och lite större praktiska problem. I Insjön ligger också Clas Ohlsons huvudkontor och distributionscentral - en av Nordens mest moderna och effektiva med kapacitet att hantera ett växande varuflöde till våra butiker och e-handelskunder i Sverige, Norge, Finland och Storbritannien.



Sverige

Startår 1918. Antal butiker: 73, varav 5 nyöppnade under verksamhetsåret. Huvudkontor och distributionscentral. Antal medarbetare: 2 179 (2 004, 2011/12). Försäljning: 3 028 Mkr (2 929 Mkr, 2011/12).

Norge

Startår 1985. Antal butiker: 62, varav 6 nyöppnade under verksamhetsåret. Antal medarbetare: 1 340 (1 241, 2011/12). Försäljning: 2 665 Mkr (2 561 Mkr, 2011/12).

Finland

Startår 2002. Antal butiker: 27, varav 6 nyöppnade under verksamhetsåret. Antal medarbetare: 407 (327, 2011/12). Försäljning: 563 Mkr (517 Mkr, 2011/12).

Storbritannien

Startår 2008. Antal butiker: 12, varav inga nyöppnade under verksamhetsåret. Antal medarbetare: 300 (301, 2011/12). Försäljning: 263 Mkr (254 Mkr, 2011/12). Läs mer om vår utveckling i Storbritannien på sid 19.

Kina

I Shanghai och Shenzhen ligger Clas Ohlsons inköps- och CSR-kontor. Verksamheten i Kina etablerades 2008 för att stärka Clas Ohlsons inköpsverksamhet och att öka andelen inköp utan mellanhänder. Genom att komma närmare våra leverantörer och tillverkare kan vi sänka våra inköpskostnader och öka kontrollen av att vår uppförandekod följs. Antal medarbetare: 54 (47, 2011/12).

Några viktiga händelser under året



Clas Ohlson fortsatte att utveckla sina försäljnings- och servicekanaler och öppnade under verksamhetsåret 17 nya butiker. Under året lanserades också Clas Ohlsons nya e-handelsplattform på samtliga marknader som gör det enkelt för våra kunder att få information, service och handla via sin dator, surfplatta eller mobil.



Clas Ohlson lanserade under våren 2013 sitt första lojalitetsprogram, Club Clas. Kundklubben syftar till att premiera trogna kunder och att skapa förutsättningar för ökad försäljning genom tätare besöksfrekvens och ökat snittkvitto. Programmet ger också möjlighet till effektiviserad marknadsföring. I juni 2013 hade redan mer än 250 000 kunder blivit medlemmar vilket gör Club Clas till en av Sveriges största hemmafixarklubbar!



I december 2012 tog Clas Ohlson-aktien plats i OMX Sustainability Index där de främsta börsföretagen avseende hållbarhetsarbete inkluderas. Under verksamhetsåret har vi tagit ytterligare steg gällande socialt ansvar i leverantörskedjan, utvecklat sortiment för att hitta nya smarta produkter och lösningar som spar energi och resurser samt att effektivisera våra transporter för att minska utsläppen av bland annat koldioxid.



Under året har vi fortsatt att öka andelen direktinköp från tillverkare. Det gör att vi får större inflytande över design och kvalitet och kan ge våra kunder ännu mer värde för pengarna. Vi kan också kontrollera på plats, där tillverkningen sker, att vår uppförandekod följs och att arbetsvillkoren lever upp till våra krav.

VD har ordet

Verksamhetsåret 2012/13 har Clas Ohlson fortsatt att stärka sitt kunderbjudande och tagit nya steg mot att bli den internationella detaljhandelskedjan vi siktar mot. Vi fortsätter att ta marknadsandelar på samtliga våra marknader. Detaljhandelsmarknaden är dock generellt svag, vilket slår mot vår tillväxt och vårt resultat. Vinsten blev lägre än föregående år, mot bakgrund av att försäljningen i jämförbara butiker minskade, samtidigt som vi investerat för att Clas Ohlson ska stå starkt också om några år.

Vi tar marknadsandelar i en utmanande marknad

Så var det åter dags att lägga ett verksamhetsår till handlingarna. Vid en summering av året som gått är det omöjligt att förbise det faktum att vi inom detaljhandeln upplevt ännu ett mycket prövande år. Ännu ett, är rätt uttryck. Egentligen har vi levt med en svängig och utmanande marknad ända sedan finanskrisen 2008. Makroekonomisk turbulens, återkommande eurokriser har i nästa steg orsakat fortsatt oro i konsumentledet. Konsumenterna har rent generellt dragit ned på sin konsumtion. Konkurrenterna på detaljhandelsmarknaden har under perioden utan tvekan hårdnat ytterligare. Tyvärr har vi också fått se många välkända och omtyckta butiker och kedjor tvingas slå igen, både i Norden och i andra delar av Europa.

Självklart påverkas Clas Ohlson också av den ekonomiska småblåsten, vilket även reflekteras i våra nyckeltal, men vi har ett affärskoncept som fungerar och ett prisvärt sortiment som är bevisat attraktivt, oavsett konjunktur.

Vi har dessutom lyckats öka attraktiviteten i vårt erbjudande och befästa vår position på våra hemmamarknader, samtidigt som vi har tagit ett antal viktiga steg i riktning mot vår internationella vision. Vi har utvecklat ett nytt koncept som gör det lättare för kunderna att hitta rätt i butikerna. Vi har anpassat vår butiksstorlek med olika format baserat på kundunderlag och läge. Vi har etablerat flera inköpskontor i Asien som effektiviserar våra inköp och sänker våra inköpskostnader väsentligt. Vi har utvecklat och stärkt våra egna varumärken som nu står för över 25 procent av vår omsättning. Vi har byggt ut och moderniserat vår distributionscentral i Insjön till att bli en av marknadens allra effektivaste. Vi har lanserat en multikanalstrategi som ökar vår tillgänglighet via inte minst datorn och mobiltelefonen. Vi har etablerat oss på den brittiska marknaden med tolv butiker och förbereder oss nu för nästa marknad. Listan kan göras mycket längre.

Clas Ohlson har en stark och långsiktigt hållbar affärsidé, vi har de finansiella muskler som krävs och vi har en organisation som förmår att driva ett antal satsningar framåt. Det är ett fint styrkebesked att agera långsiktigt och satsa framåt i en lågkonjunktur – för när marknaden väl vänder är vi övertygade om att våra satsningar kommer bära frukt.

Året som gått!

Det nyss avslutade verksamhetsåret på Clas Ohlson då? Min beskrivning ovan stämmer väl in också på detta år. Det har hänt mycket, både i det lilla och i det stora. Varje dag görs mängder av olika insatser för att förbättra vårt kunderbjudande, göra det mer attraktivt och ännu lite vassare.

Vår affärsstrategi är att göra det enkelt för människor att lösa de små praktiska problemen i vardagen. Vi har ett brett sortiment med prisvärda produkter och smarta lösningar som tar hänsyn till både människa och miljö. Vi är kända för vår utmärkta service och våra kunniga och hjälpsamma medarbetare. Våra säljkanaler ligger dessutom lättillgängliga och är inspirerande att handla i.

Våra medarbetare möter nya utmaningar och uppgifter kontinuerligt. Jag har många gånger ställt mig frågan: Vad gjorde vi utan den Clas Ohlson-anda som präglar vår företagskultur? Att hitta lösningar med kundens bästa i fokus är en ledstjärna som dagligen guidar oss i våra beslut och handlingar. Jag vill därför rikta ett stort tack till alla duktiga medarbetare som gör ett fantastiskt arbete varje dag, året om, i ett högt tempo och alltid med ett leende på läpparna.

Multikanalstrategi

Under året har vi satsat mycket tid och energi på att vidareutveckla vår så kallade multikanalstrategi på samtliga marknader. I en tid när våra kunder i allt högre utsträckning använder datorn, surfplattan och telefonen för att planera och genomföra sina inköp är det naturligt att vi utvecklar vår närvaro på Internet. Kunderna kan utforska och handla av vårt breda sortiment i lugn och ro, vi ger praktiska tips och råd och inspiration med hjälp av både text, bilder och filmer. E-handel kommer att bli en allt viktigare försäljningskanal för oss över tid, men vår poäng är att det inte bara är en ny säljkanal. Det är ett samspel mellan alla säljkanaler där erbjudandet ska hänga ihop med våra butiker, vad vi erbjuder i vår klassiska katalog, i annonser och på andra sätt. Kunden ska känna igen sig och vi ska finnas där för att lösa de praktiska vardagsproblemen när kunden behöver oss, oavsett vilken säljkanal som passar bäst för tillfället.

Club Clas

Våra mest lojala kunder vill vi belöna lite extra. Jag tror att det är många som väntat på vår lansering av vårt första lojalitetsprogram, Club Clas. Det är en del i vår multikanalstrategi och ett sätt för oss att ge lite extra till våra många och mest trogna kunder. Som kund får du poäng på alla inköp, vilket genererar bonuscheckar, och skräddarsydda erbjudanden utifrån dina intressen och behov. I mars lanserade vi Club Clas i Sverige och tillströmningen av medlemmar har varit över förväntan. När detta skrivs i början av juni, kan vi redan räkna till ungefär en kvarts miljon medlemmar. Om satsningen faller väl ut i alla delar i Sverige, kommer vi att starta Club Clas också på våra övriga marknader.

Hållbarhet i fokus

Under året har vi också tagit nya steg framåt i vårt hållbarhetsarbete. Vi kan konstatera att vi har en bra och konstruktiv dialog med våra leverantörer om hur de kan utveckla sin verksamhet för att förbättra för människor och miljö. Vi är ödmjuka inför en komplex uppgift som ställer höga

krav på långsiktighet och engagemang, och vi har högt ställda mål och lär oss mer och mer. Vi deltar i FN:s hållbarhetsinitiativ, UN Global Compact och samarbetar med bland annat Rädda Barnen för att gemensamt påverka utvecklingen gällande mänskliga rättigheter i allmänhet och barns rättigheter i synnerhet.

Ett bevis på att vårt arbete ger resultat är att Clas Ohlson sedan i december 2012 ingår i NASDAQ OMX Sustainability Index, som är en guide för hållbara investeringar. Detta känns som ett kvitto på ett långvarigt arbete och engagemang ger resultat, även om vi är långt ifrån färdiga med vårt hållbarhetsarbete.

Det här var korta beskrivningar av vad som har varit våra större satsningar under det gångna året. Men låt mig också i korthet beskriva utvecklingen på våra respektive marknader.

Våra marknader

De svenska och norska ekonomierna har klarat sig lindrigare undan den globala finanskrisen, men även på våra största marknader är hushållen försiktiga med sin konsumtion och håller hårt i plånboken. En illustration på den svaga marknaden är att årets viktiga julhandel noterade sin lägsta tillväxt på närmare 20 år. Både i Sverige och i Norge tar vi marknadsandelar, till stor del tack vare vårt starka varumärke och attraktiva erbjudande. Enligt en mätning som gjordes under året i Sverige är Clas Ohlson det näst starkaste detaljhandelsvarumärket efter ett välkänt möbelföretag med rötterna i Småland.

I Finland har vi för Clas Ohlsons del kunnat se en positiv trend under de senaste åren. Vi har kunnat glädjas åt höga tillväxtsiffror kvartal efter kvartal och vi har också byggt ut vårt butiksnät efter hand. Vi har nu 29 butiker på plats i landet. Men en kärv ekonomisk utveckling under det förra verksamhetsåret har gjort att hushållen dragit i handbromsen. Vi ser dock med tillförsikt på den finska marknaden och förväntar oss att vårt allt starkare varumärke ska ge oss en stabil tillväxt när ekonomin väl tillåter.

Storbritannien är återigen den av våra marknader som drabbats allra hårdast av den globala finanskrisen. Det tar tid att bygga ett varumärke på en ny marknad och vi får ingen draghjälp av den ekonomiska utvecklingen. Vi fortsätter att hålla igen på vår butiksexpansion tills vidare och har i stället satsat på att vidareutveckla vårt erbjudande i våra befintliga säljkanaler och att, genom ökad marknadsföring, göra Clas Ohlson mer känt. Mätningar visar att var fjärde britt faktiskt känner till oss nu, vilket vi även kan notera i vår positiva försäljningstrend, en utveckling vi gärna ser håller i sig framåt.

Framtida satsningar

Låt mig nu blicka framåt och informera om de satsningar vi gör för att ytterligare stärka vår position hos våra kunder samt för att säkra långsiktig och lönsam tillväxt. Med vårt starka koncept och våra starka finanser som bas, vill vi att fler kunder får möjlighet att upptäcka allt Clas Ohlson har att erbjuda. Det handlar både om att nå nya kundsegment och nya geografiska marknader där det finns utrymme för oss att expandera.

Clas Office

Med Clas Ohlsons starka erbjudande och varumärke som grund ser vi också möjligheten att bredda vår verksamhet och nå nya kundgrupper. Vi utvecklar därför vårt erbjudande till företagskunder. Många företag har redan hittat vårt breda och prisvärda sortiment för kontoret. Nu gör vi det ännu lättare för dem att bli kunder hos oss med ett utökat sortiment och service via vårt omfattande butiksnätverk. Vi siktar främst mot små och medelstora kontorskunder. Planen är att lansera Clas Office under våren 2014 i Sverige och Norge. Vi bedömer att den här marknaden har en stor potential för oss utan att vi behöver göra några omfattande investeringar.



Tyskland – vår nästa marknad i Europa

Under året informerade vi om att Clas Ohlson förbereder ett inträde i norra Tyskland med en till två butiker samt e-handel med planerad lansering tidigast under 2014. Det här är naturligtvis ett viktigt steg i vår internationalisering samt inte minst något vi med stor tillförsikt ser fram emot. I Tyskland finns ingen "modern järnhandel" på gågator och centrala köpcentrum och det finns utrymme för vårt koncept. Det är vi övertygade om efter att ha undersökt förutsättningarna väl under lång tid. Med vår multikanalstrategi kan vi också göra det här inträdet på en ny marknad annorlunda och mer kostnadseffektivt än tidigare.

Det är viktigt att påpeka att tillväxten på nya marknader ska ske i enlighet med de långsiktiga finansiella mål vi ställt upp. Under de kommande åren investerar vi i etablering på nya marknader, vilket belastar Clas Ohlsons rörelsemarginal med upp till 2-3 procentenheter under ett verksamhetsår.

Ett stort tack till våra medarbetare, kunder och ägare

Under det gångna verksamhetsåret har vi fortsatt att utveckla Clas Ohlson i en utmanande marknad. Vi växer och tar marknadsandelar men det kärva klimatet gör att vi inte når våra finansiella mål under året. Något vi självklart inte är nöjda med.

Samtidigt kan vi summera året med att vi är finansiellt starka och att vi levererat många projekt som vi beslutat om tidigare och arbetat länge med. Projekt och initiativ som vi är övertygade om kommer att skapa långsiktig tillväxt och lönsamhet.

Det var också ett år då vi satte upp nya mål och satsningar framåt. Vi stärker oss steg för steg i en utmanande tid och ser med tillförsikt fram emot våra nya initiativ. Det får bli mitt sätt att sammanfatta året i en mening.

Jag vill avsluta med att rikta ett varmt tack till alla medarbetare för det fantastiska jobb som ni gör samt även tacka våra kunder och aktieägare för fortsatt förtroende.

Klas Balkow
VD och Koncernchef Clas Ohlson
Insjön i juni 2013



Strategisk inriktning

Clas Ohlsons vision är att utveckla en internationell detaljhandelskedja med hög lönsamhet och god värdetillväxt för våra aktieägare. Marknadspenetrationen i Norden är hög vilket innebär att nya marknader blir allt viktigare för Clas Ohlsons framtida tillväxt.

Clas Ohlsons affärskoncept bedöms vara konkurrenskraftigt och särskiljande på europeisk basis, vilket möjliggör expansion till nya marknader framöver.

För att stärka verksamheten och vår konkurrenskraft arbetar vi med tre strategiska utvecklingsområden: tillväxt och expansion, förenkling och effektivisering samt att utveckla vår organisation.

Affärsidé

Vår affärsidé är att göra det smidigt för människor att lösa vardagens praktiska små problem.

Affärsidén baseras på grundaren Clas Ohlsons ursprungliga motto "Vi ska sälja rejäla produkter till låga priser med rätt kvalitet efter behov."

Vision och mål

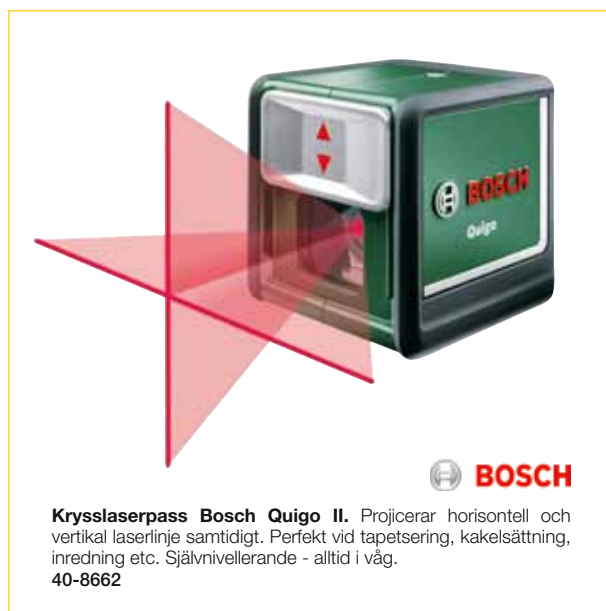
Vi vill utveckla en stark internationell detaljhandelskedja med hög lönsamhet och god värdetillväxt för våra aktieägare. Detta ska ske genom att vara det självklara valet för människors praktiska problemlösning i vardagen.

Försäljningstillväxt lägst 10 procent

Koncernens långsiktiga målsättning är en årlig försäljningstillväxt på lägst 10 procent. Målet mäts som genomsnittlig årlig ökning i försäljningen under fem år. Tillväxtmålet ska uppnås genom ökad försäljning i befintliga säljkanaler och genom fortsatta nyetableringar på såväl befintliga som nya marknader. Under verksamhetsåret 2012/13 ökade försäljningen med 4 procent. Försäljningstillväxten för den senaste femårsperioden har i genomsnitt legat på 7 procent.

Rörelsemarginal lägst 10 procent

Målet för lönsamheten är en rörelsemarginal om lägst 10 procent. Under de kommande åren beräknas etablering på nya marknader (för närvarande Storbritannien och Tyskland) att belasta Clas Ohlsons rörelsemarginal med upp till 2-3 procentenheter under ett verksamhetsår. Tillväxten på nya marknader ska ske i enlighet med de långsiktiga finansiella målen. Under verksamhetsåret 2012/13 uppgick rörelsemarginalen till 6,6 procent. För den senaste femårsperioden har den genomsnittliga rörelsemarginalen uppgått till 9,0 procent.



Affärsmodell

Ett prisvärt och attraktivt sortiment

Vårt sortiment ska vara anpassat och inriktat på att möta kundens behov i vardagen. Produkterna ska vara prisvärda med rätt kvalitet efter behov. Clas Ohlsons sortiment ska vara mångsidigt och innehålla smarta, hållbara och prisvärda lösningar.

Hög service

Vi ska ge hög service via hjälpsam och kunnig personal som guidar till enkla och hållbara lösningar. Våra medarbetare ska ha en bred och grundläggande kunskap om sortimentet. Vi ska också erbjuda gör det själv-guidar, inspiration, tips och råd via våra hemsidor, sociala medier och kataloger.

Lättillgängligt och inspirerande

Vi ska vara tillgängliga med butiker i attraktiva lägen där människor rör sig i sin vardag och via e-handel, katalog och telefon. Kunden ska uppleva att det är enkelt, smidigt och inspirerande att lösa vardagens praktiska problem hos oss genom de olika försäljnings- och kommunikationskanaler vi erbjuder. Våra butiker ska företrädesvis ligga i starka centrala köpcenter eller i attraktiva externa butikslägen som komplement till våra citybutiker. Under verksamhetsåret öppnades 17 nya butiker jämfört med 18 föregående år.

Ansvar för människa och miljö

Vi ska ta ansvar för vår egen verksamhet och vår påverkan på människa och miljö. Vi ställer krav på våra leverantörer gällande arbetsvillkor, arbetsmiljö och miljöpåverkan. Hållbarhetsarbetet är en integrerad del av affärsverksamheten. Clas Ohlson engagerar sig i viktiga samhällsfrågor och stödjer lokala föreningar och ändamål i Dalarna där företaget har sina rötter. Vi engagerar oss också internationellt genom samarbete med ideella organisationer där vi kan vara med och bidra i ett större sammanhang.



Delmål

Som ett led i att uppfylla våra mål har vi ett antal delmål gällande marknadsposition, nöjda kunder och medarbetare samt logistik och hållbarhet.

Förstärka varumärket Clas Ohlson

Varumärket Clas Ohlson är ett av de starkaste varumärkena inom detaljhandeln i Sverige och Norge (läs mer på sid 13-14). I Finland har kännedomen fortsatt att öka under året och uppgår till över 80 procent, delvis till följd av etablering av 6 nya butiker och lansering av e-handel. Även i Storbritannien, där Clas Ohlson varit etablerad sedan hösten 2008, har kännedomen om Clas Ohlson ökat väsentligt, från 14 procent i vår första mätning till 23 procent. Ökningen beror främst på ökad marknadsföring och på lansering av e-handel i Storbritannien.

Anpassa och utveckla sortimentet

Vi ska erbjuda våra kunder ett brett, hållbart och attraktivt sortiment. Därför förnyas 10-15 procent av sortimentet varje år genom att nya produktområden tillförs samt genom kompletteringar och utbyten inom befintliga områden. Bredden i sortimentet är en av våra tydliga konkurrensfördelar och ska fortsätta att utvecklas. Det kommer att bli en större variation mellan katalog, e-handel och butik, bland annat för att kunna arbeta mer med säsongsinriktat sortiment och beställningsvaror. Vi ger ut en huvudkatalog per år på hösten som kompletteras med andra kanaler, huvudsakligen e-handel där priser och sortiment kan uppdateras löpande.

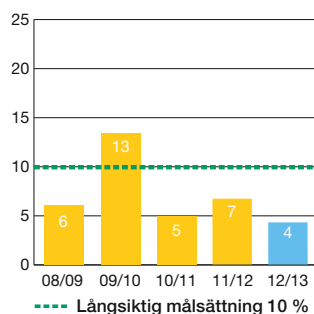
Årets katalog innehöll 2 100 nya produkter vilket var lika många nyheter som föregående år. Detta innebär även i år att 14 procent av katalogsortimentet har förnyats sedan föregående år och som ersatt utgående produkter.

Clas Ohlsons sortiment består av en mix mellan välkända varumärken, mindre kända varumärken samt egna varumärken som Clas Ohlson, Cotech, Cocraft, Coline, Exibel med flera. Målet är att andelen egna varumärken ska svara för minst 25 procent av försäljningen. Vid verksamhetsårets slut var andelen 25 procent.

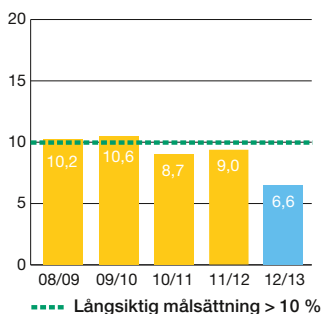
Hög servicegrad

Servicegraden i både butik och distanshandel är hög. Detta är möjligt genom integrerade och automatiserade logistik- och försäljningssystem. Servicegraden i butikerna, det vill säga att varan finns i butiken när kunden vill köpa produkten, överstiger 97 procent.

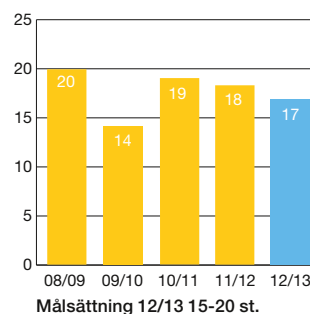
Försäljningstillväxt, %



Rörelsemarginal, %



Antal nya butiker



Lageromsättningshastighet

Lager binder kapital, vilket innebär att en hög lageromsättningshastighet är ett viktigt effektivitetsmått. Målet är en lageromsättningshastighet på 6-7 gånger i distributionscentralen. Under verksamhetsåret uppgick distributionscentralens lageromsättningshastighet till 6,9 gånger mot 6,1 gånger föregående verksamhetsår. Det innebär att vi byter ut hela lagret oftare än varannan månad. Den högre omsättningshastigheten beror främst på en förbättrad lagerstyrning.

I våra butiker består varulagret i huvudsak av produkter som på grund av att de är skrymmande, stöldbegärliga eller av andra skäl inte finns tillgängliga för självplock i butiken. Clas Ohlsons butiker har individuella mål utifrån den årliga försäljningen.

Nöjda och trygga kunder

God kundservice är centralt i Clas Ohlsons affärskoncept. Vår kundtjänstpolicy är inriktad på att varje kundkontakt ska präglas av ödmjukhet och servicevilja. Målet är en nöjd kund efter varje kontakt. Som en extra trygghet har vi under verksamhetsåret utökat till 90 dagars öppet köp/ångerrätt och ända upp till 10 års garanti för såväl butikskunder som distanshandelskunder. Samtliga medarbetare i våra butiker utbildas i att hantera reklameringsärenden. Vi är övertygade om att god kundvård är ett viktigt konkurrensmedel och strävar därför efter att bli ännu mer professionella i våra kundkontakter.

Motiverade, kunniga och engagerade medarbetare

Vår koncerngemensamma medarbetarundersökning genomfördes för fjärde gången under verksamhetsåret. 85 procent (84 procent) av våra medarbetare svarade på enkäten, vilket är ett högt deltagande. Undersökningen genomfördes i samtliga våra länder. Totalresultatet för koncernen var ett NMI (nöjd medarbetarindex) på 76 procent (74 procent) vilket enligt en extern jämförelse står sig väl mot andra företag. Via medarbetarundersökningen har vi fått en bra grund för att utveckla hur vi attraherar, belönar och motiverar våra medarbetare samt hur vi kan utveckla ledarskapet inom företaget.

Ansvar för en hållbar utveckling

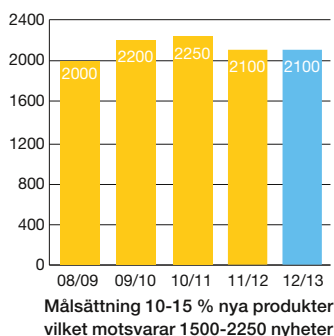
Vi ska erbjuda våra kunder kvalitativa och prisvärda lösningar på praktiska behov samtidigt som vi bidrar till en hållbar utveckling för människa och miljö. Clas Ohlsons övergripande miljömål är att, tillsammans med våra leverantörer,



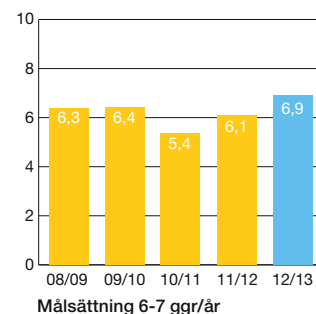
Solcellsladdare 4000 mAh. Oroa dig inte för att bli utan ström! Lämpig för iPhone, iPad, Androidtelefon, GPS, kamera etc. Spolsäker (IPX5-klassad). Inbyggt litiumpolymerbatteri på 4000 mAh som laddas via en kraftfull 1,5 W monokristallinsolpanel. LED-ficklampa. Kan även laddas externt via USB. 2xUSB-utgångar (2x1 A). Levereras med upprullningsbar Micro-USB-kabel och karbinhake. **38-5357**

minska utsläppen av koldioxid med 30 procent per ton-kilometer fram till och med 2020, jämfört med 2007. Våra kunder ska kunna känna trygghet att de produkter vi säljer har tillverkats under acceptabla förhållanden med hänsyn till människa och miljö. Målet är att revidera samtliga tillverkare minst vartannat år vilket vi under de senaste åren uppnått. Under verksamhetsåret har Clas Ohlson gjort 409 (föregående år 617) fabriksrevisioner för att kontrollera att vår uppförandekod följs.

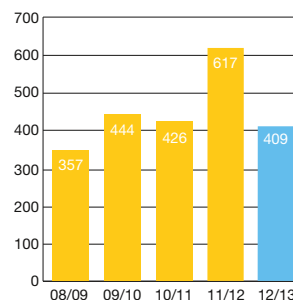
Antal nya produkter



Lageromsättningshastighet, distributionscentralen



CSR-revisioner



byten och återköp

001

003

004

005



Marknadsöversikt

Detaljhandeln i Sverige, Norge, Finland och Storbritannien har generellt sett utvecklats svagt under 2012. Den för handeln så viktiga julhandeln minskade i Sverige och Norge, vilket inte hänt på flera decennier. Konsumentförtroendet har utvecklats relativt svagt på samtliga marknader mot bakgrund av fortsatt oro kring den ekonomiska utvecklingen i omvärlden. Konkurrensen har fortsatt att öka under verksamhetsåret genom att många butikskedjor och e-handlare expanderat sin verksamhet. Sammantaget har denna utveckling påverkat detaljhandelsbranschen negativt gällande såväl tillväxtmöjligheter som lönsamhet.

Svag tillväxt inom detaljhandeln under 2012

På samtliga fyra marknader där Clas Ohlson har försäljning noterades låga tillväxttal under 2012. Sverige hade enligt SCB en genomsnittlig ökning på 2,2 procent i fasta priser, att jämföra med 1,3 procent 2011. Motsvarande ökning i Norge¹ var 3,2 procent jämfört med 2,6 procent 2011, i Finland² 1,2 procent jämfört med 2,7 procent 2011 och i Storbritannien³ 1,5 procent jämfört med 0,4 procent 2011.

Clas Ohlson har, trots det kärva marknadsklimatet, fortsatt att expandera under verksamhetsåret och har genom nya butiker och satsning på e-handel tagit marknadsandelar i samtliga länder där vi är verksamma. Försäljningen ökade totalt med 4 procent under verksamhetsåret samtidigt som försäljningen i jämförbara butiker minskade med 4 procent påverkat av fortsatt svag efterfrågan. Clas Ohlsons försäljningsökning per land var, i lokala valutor, 3 procent i Sverige, 5 procent i Norge, 15 procent i Finland samt 3 procent i Storbritannien.

Rekordsvag utveckling i Sverige

Den svenska dagligvaruhandeln har utvecklats bättre än sällanköpsvaruhandeln under 2012. Enligt Handels Utredningsinstitut, HUI, beror detta på att hushållen inte i första hand drar in på dagligvaruinköp under lågkonjunktur utan på mindre behovsstyrda produkter. Försäljningen i december, som är detaljhandelns viktigaste månad, minskade un-

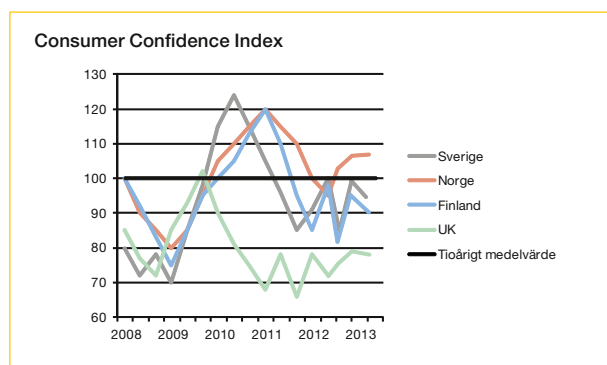
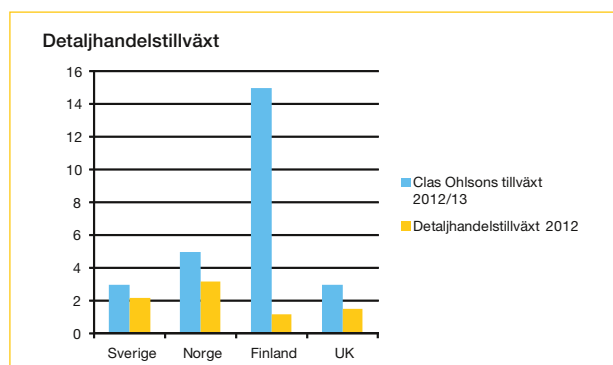
der 2012 vilket inte hänt sedan 1995. Enligt HUI är det omvärldens svaga utveckling och hushållens oro för varsel som dröjer sig kvar och påverkar konsumtionen.

Stigande konsumentförtroende och ett minskat antal varsel i början på 2013 ger dock förhoppning om en förbättring under året. HUI:s bedömning är att helåret 2013 för detaljhandeln kommer att utvecklas i ungefär samma takt som 2012 vilket innebär en tillväxt i löpande priser på 2,5 procent både under 2013 och 2014.

Hushållens syn på ekonomin

I länderna som Clas Ohlson har försäljning i, görs regelbundet undersökningar om konsumenternas handelsvanor och framtidstro. I Sverige ansvarar Konjunkturinstitutet för mätningen av CCI (Consumer Confidence Index) som baseras på fyra frågor om den egna och den svenska ekonomin, i nuläget respektive 12 månader framåt, samt frågan om det är förmånligt att köpa kapitalvaror nu. Graferna nedan visar respektive land per månad i förhållande till 10-åriga genomsnittet.

Som graferna visar så noterade samtliga marknader de lägsta talen precis i samband med den för handeln så viktiga julhandeln. Indikatorn låg sedan i början på 2013 något högre än i december men fortfarande under det historiska genomsnittet, vilket enligt Konjunkturinstitutet indikerar att hushållens syn på ekonomin är avsevärt mer negativ än normalt.



Källhänvisning: ¹ Källa SSB ² Källa Statistikcentralen ³ Källa National Statistics

Marknadstrender

E-handeln fortsätter att öka

Handeln via Internet, e-handeln, ökar stadigt. Enligt EU förväntas e-handeln i västra Europa att växa med en årlig tillväxt på 11 procent de närmaste fem åren, från 112 miljarder euro till 191 miljarder euro 2017. I Storbritannien står e-handeln redan för 13 procent av den totala detaljhandeln och förväntas öka sin del till 15 procent 2017. Motsvarande tal för Sverige var 5 procent och förväntas enligt HUI öka till 13 procent.

De branscher som har bäst utveckling är hemelektronik, kläder och skor. Snabbast växer sport och fritid samt heminredning och möbler.

Mer än sju av tio konsumenter uppger sig ha e-handlat under de senaste tre månaderna, en nivå som håller sig relativt oförändrad enligt HUI. Tron på framtiden bland e-handlarna fortsätter också att vara stark, trots att synen på ekonomin försämrats under 2012 och lågkonjunkturen påverkat detaljhandeln i stort.

M-handeln kommer starkt

I västra Europa förväntas handeln via mobiltelefon öka elva gånger till 19,2 miljarder Euro 2017 enligt undersökningsföretaget Forrester. Européerna spenderade 1,7 miljarder euro på mobila köp under 2012, vilket är en procent av den totala e-handeln. M-handeln förväntas stå för nästan sju procent av den totala e-handeln 2017. Det är antalet individer som handlar med mobiltelefon som kommer öka den närmaste tiden, inte summan som man handlar för. Antalet mobila konsumenter kommer enligt Forrester att öka drastiskt från 7,6 miljoner 2011 till mer än 79 miljoner (eller 45 procent av alla mobiltelefoninnehavare) 2017.

Förutom transaktioner kommer mobilen att spela en kritisk roll när det gäller andra områden inom detaljhandeln, till exempel lokalisering av butiker, kuponger och prisjämförelser. Enligt undersökningen hade 48 procent av alla européer under 2012 en smart mobiltelefon. Konsumenterna är alltså redan online, de kan söka och handla när och var de vill. Tillgången på information på det här sättet gör att konsumenterna i större utsträckning sysslar med så kallad pretrading, att man söker all tänkbar information om en vara på nätet innan man köper den. Enstaka köpbeslut görs nu genom många olika kanaler.

Stora satsningar på externa köpcenter

I Norden har de senaste årens stora investeringar i externa köpcenter medfört att en allt större del av köpkraften har koncentrerats till färre städer och handelsplatser. Speciellt i Sverige har man investerat avsevärt mycket mer i externa köpcenter jämfört med citybelägna center de senaste tio åren och trenden fortsätter även framåt. Att kunderna i allt större utsträckning åker till de större marknadsplatserna i anslutning till städerna har påverkat många stadskärnor negativt.

Kunderna gör fler noggrant underbyggda val

Under en sämre konjunktur blir kunderna bättre på att göra noggrannare val och söka mer värde för pengarna. Det sistnämnda är något som hänger kvar och som underlättas av att konsumenterna lägger allt mer tid på att jämföra produkter, priser och kvaliteter före köp och därmed rör sig mellan e-handelssajter, fysiska butiker, shoppingbloggar och sociala medier i jakten på rätt produkt till rätt pris. För detaljhandeln betyder det att e-handelssidorna blir viktigare skyltfönster och marknadsföringskanaler än försäljningssiffrorna faktiskt indikerar. Köpbesluten är ofta fattade långt innan kunden besöker butiken, vilket medför nya utmaningar och möjligheter för detaljhandeln.

Egna märkesvaror

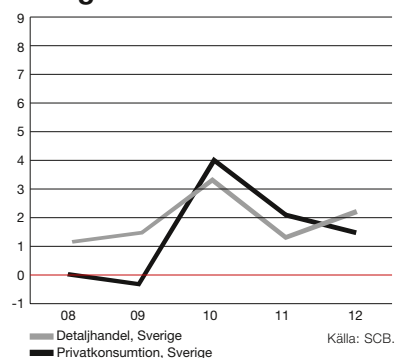
Detaljhandelskedjor marknadsför allt oftare produkter under egna varumärken. Clas Ohlson har i många år satsat på egna varumärken, som till exempel Cotech, Cocraft, Coline och Exibel. Genom att utveckla egna varumärken kan vi erbjuda bra kvalitet till lägre pris, eftersom utvecklings- och marknadsföringskostnaderna är lägre, och genom att köpa in varor direkt från fabrik utan fördyrande mellanhänder. Läs mer om Clas Ohlsons satsning på egna varumärken på sidan 21.

Konkurrenter

Det är få konkurrenter som har ett lika brett sortiment som Clas Ohlson. De som ligger närmast är Biltema med butiker i alla nordiska länder och Jula i Sverige, Norge och Polen. Utöver dessa konkurrerar vi inom var och en av våra fem produktkategorier med bland annat Media Markt, Järnia, Bauhaus, K-rauta, Rusta, Teknikmagasinet och Kjell & Co. Som tabellen på sidan 11 visar så har både vi och våra huvudkon-

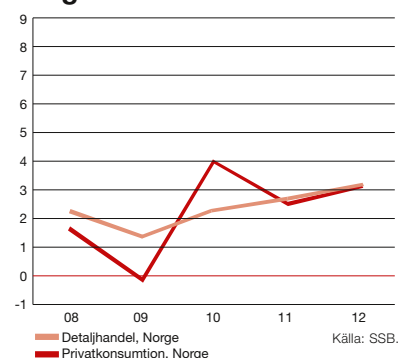
Privatkonsumtion och detaljhandel
Utveckling av privatkonsumtion och detaljhandel i fasta priser i Sverige 2008–2012, %

Sverige



Privatkonsumtion och detaljhandel
Utveckling av privatkonsumtion och detaljhandel i fasta priser i Norge 2008–2012, %

Norge



kurrer öppnat ett stort antal butiker de senaste fem åren. Antal butiker i Sverige har totalt ökat från 245 till 355.

Vi konkurrerar också i viss mån med stormarknader och varuhus, som Coop Forum och Ica Maxi i Sverige, Obs i Norge samt Anttila i Finland. Av alla dessa är det endast Teknikmagasinet och Kjell & Co som har en etableringsfilosofi liknande Clas Ohlsons, med i första hand butiker i citykärnor och starka köpcenter. I Storbritannien konkurrerar Clas Ohlson bland annat med butikskedjan Argos samt

Maplin och Robert Dyas, som erbjuder produkter inom några av våra fem kategorier. Det finns dock ingen i Storbritannien som erbjuder ett koncept, etableringsstrategi och en sortimentsstrategi som liknar Clas Ohlsons.

Clas Ohlson i jämförelse med ett urval av konkurrenter

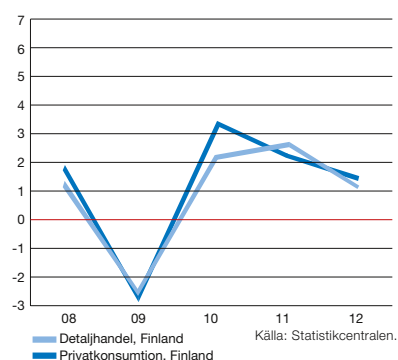
Huvudkonkurrenter och antal butiker i respektive land*

	Sverige		Norge	Finland	Storbritannien	Startår	El	Multimedia	Fritid	Bygg	Hem
	2012/13	2007/08	2012/13	2012/13	2012/13						
clas ohlson	73	45	62	27	12	1918	•	•	•	•	•
Biltema	31	18	53	14		1963	•	•	•	•	•
Jula	36	24	17			1979	•	•	•	•	•
Rusta	68	57				1986			•	•	•
Teknikmagasinet	81	68	23	4		1989	•	•			
Kjell & Co	71	33				1990	•	•			
Järnia	71	83	165			1951			•	•	•
COOP Obs bygg/ extra bygg			82			1907	•		•	•	•
Maxbo			75			1995	•			•	
Anttila				30		1953	•	•		•	•
K-rauta	21	iu		43		1940	•	•		•	
Argos					>740	1973	•	•	•	•	•
Maplin					205	1972	•	•			
Robert Dyas					100	1872	•			•	•

* Källa: Webbsidor. iu = ingen uppgift.

Privatkonsumtion och detaljhandel
Utveckling av privatkonsumtion och detaljhandel i fasta priser i Finland 2008–2012, %

Finland



Privatkonsumtion och detaljhandel
Utveckling av privatkonsumtion och detaljhandel i fasta priser i Storbritannien 2008–2012, %

Storbritannien





1000
Glass lamp
north

Marknadsföring

Vår marknadskommunikation utgår från en gemensam bas, med lokal anpassning av budskap och erbjudanden till respektive lands behov och förutsättningar.

Under året har ett antal nya sälj- och kommunikationskanaler adderats med lansering av vår nya e-handelsplattform, för handel via dator, surfplatta eller mobil, och utökad service och information via sociala medier på samtliga marknader. I Sverige har också Clas Ohlsons första lojalitetsprogram lanserats, Club Clas, med ambitionen att skapa en attraktiv kundklubb för landets alla hemmafixare.

Clas Ohlsons försäljningsstrategi är att i kundmötet erbjuda ett antal kompletterande försäljnings- och servicekanaler med hög tillgänglighet där man som kund ska kunna få hjälp att lösa sitt praktiska problem på ett snabbt och enkelt sätt. Oavsett om köpet görs i någon av våra 174 butiker, i webb-butiken via dator, surfplatta eller mobiltelefon eller via katalogen och kundservice så vill vi att kunderna ska uppleva Clas Ohlson som lättillgängliga, kunniga, vänliga, positiva och lösningsorienterade.

Anpassad marknadsföring utifrån lokala förutsättningar

Kännedomen om Clas Ohlson går hand i hand med hur länge vi har funnits på respektive marknad. Medieinvesteringar och marknadsföring anpassas därför efter de respektive marknadernas förutsättningar och behov. På samtliga marknader är vi noga med att lyfta fram vårt ursprung och kärnan i vårt erbjudande i all kommunikation.

I Sverige och Norge vet 98 procent i åldrarna 18-69 år vilka vi är och vad vi erbjuder. På dessa marknader är målet främst att öka besöksfrekvens, genomsnittligt köp, lojalitet och kundnöjdhet.

I Finland känner drygt 80 procent till Clas Ohlson, att jämföra med knappt 60 procent för fem år sedan. Här arbetar vi främst med aktiviteter som driver besöksstrafik till våra butiker, stärker varumärket och skapar större förståelse för vårt koncept och erbjudande.

I Storbritannien är vi fortfarande i en etableringsfas vilket kräver en delvis annan inriktning jämfört med marknadsföringen på våra mogna marknader. Bland de brittiska konsumenterna har kännedomen om Clas Ohlson under året ökat från 16 till 23 procent och vi fortsätter på den inslagna vägen med en tydlig och kostnadseffektiv marknadsföring som ska öka besöksstrafiken till våra butiker, öka försäljningen och göra varumärket Clas Ohlson och vårt erbjudande mer känt.

Multikanalstrategi

Förutom ett brett produktutbud erbjuder Clas Ohlson generösa garantier, bra öppettider, hög tillgänglighet och kunnig och engagerad kundservice. Som en extra trygghet har vi under verksamhetsåret utökat till 90 dagars öppet köp och ända upp till 10 års garanti.

Våra kunder kan handla dygnet runt och i många olika kanaler. Vår försäljningsstrategi bygger på nya butiksetablering-



Webbkamera. Kommunicera snabbt och enkelt med dina vänner världen över. Upplösning 640x480, inbyggd mikrofon och Face Tracking. Kan även ta stillbilder.
38-4754

ar parallellt med kontinuerlig utveckling av butikskoncept, e-handel, katalog och telefonbutik. Allt hänger ihop, och varje kanal är mer eller mindre viktig för olika kundsegment.

Våra butiker ska primärt ligga i centrala lägen i gallerior, längs gågator och i stora köpcenter. På så sätt når vi kunderna där de rör sig i sin vardag.

Vår e-handelsplattform gör att kunderna kan handla snabbt, säkert och smidigt via datorer, surfplattor och mobiltelefoner. I webb-butiken finns alla våra 15 000 produkter, tusentals reservdelar, köpguider och inspirationsfilmer. Vi erbjuder även möjligheten att chatta, ställa frågor, lägga upp inköpslistor och annat som underlättar i kundernas vardag.

Den klassiska Clas Ohlson-katalogen postas av miljöhänsyn inte längre till våra kunder, utan finns istället tillgänglig i våra butiker för lån eller avhämtning. Katalogen har kommit ut sedan 1918 och är fortfarande mycket populär.



Lokal relevans

Löpande marknadsundersökningar ger oss en bild av våra kunders behov. Vi ser även hur kännedom om och förtroende för Clas Ohlson utvecklas över tid.

Vår marknadsföring anpassas efter mognad, behov och förutsättningar på varje marknad.

Den ska sticka ut på ett ödmjukt och intresseväckande sätt. Den ska väcka köplust och bjuda på inspiration. Den ska stärka vårt varumärke samt vara kund- och produktnära, relevant och serviceinriktad.

Vi trycker hårt på vår sortimentsbredd, kvalitet och servicevilja men lyfter också fram vår historia och vårt ursprung. Kunderna ska veta, tycka och känna att Clas Ohlson säljer användbara produkter med rätt kvalitet för olika behov och till bra priser.

Med viss variation följer kampanjerna i Sverige, Norge, Finland och Storbritannien en tydlig röd tråd, med budskap, erbjudanden och kundlöften som skapar igenkänning i alla medie- och säljkanaler. Budskap och erbjudanden varierar efter säsong.

Medier vi använder är främst annonser och bilagor i tidningar, banners på internet, radio- och tv-reklam, nyhetsbrev, e-post, Facebook samt uppskyllning i butik. Sociala, digitala, mobila och rörliga medier blir allt viktigare, men huvuddelen av våra investeringar läggs fortfarande i tryckta medier.

Nyhets: Club Clas

I mars 2013 lanserades Club Clas i Sverige. Vår nya kundklubb är en del i multikanalsstrategin och ger oss möjligheten att lära känna kunderna bättre samtidigt som vi kan bli mer relevanta och anpassa våra erbjudanden efter person, behov och intresse.

Medlemmarna får poäng på alla inköp och vid 1000 poäng får man en bonuscheck. I medlemskapet ingår även klubbavbater, specialerbjudanden och inbjudningar till lokala butiksevenemang samt inte minst att vi får dela med oss av vår kunskap kring praktiska lösningar i vardagen.

Den som önskar behöver inget medlemskort, det räcker att visa upp en id-handling i kassan. Club Clas finns till att börja med i Sverige.

Samhällsengagemang

Clas Ohlson har en lång tradition av att stödja föreningar, evenemang och organisationer.

Under året har vi haft sponsorsamarbeten med musikscenen Dalhalla och ishockeylaget Leksands IF. Vi har under året även genomfört insamlingskampanjer till förmån för Rädda Barnen.

Lokalt i Insjön, där Clas Ohlson grundades och där vår största butik, huvudkontoret och distributionscentralen ligger, stödjer vi ett flertal föreningar och verksamheter inom idrott och kultur, med tonvikt på ungdomsverksamhet.



Multikanalstrategi – kunden ska möta ”ett Clas Ohlson” i våra olika kanaler

Clas Ohlson erbjuder lösningar på vardagsproblem och vi gör det i dialog med våra kunder. Som kund ska man snabbt och enkelt få hjälp med problemlösning och kunna få information, service och möjlighet att välja den försäljnings- och kommunikationskanal som passar var och en bäst.

Vi jobbar därför parallellt med utveckling och kundanpassning av våra butiker, e-handel, sociala medier som Facebook och Twitter, söktjänster, katalog och kundservice. Hela servicekonceptet bygger på den energi och kompetens som finns inom Clas Ohlson. Våra medarbetare är vårt ansikte utåt och de som bygger varumärket i vardagen oavsett genom vilken kanal mötet sker.

Lanseringen av Clas Ohlsons nya e-handelsplattform lägger grunden till helt nya möjligheter att nå ännu fler kunder.

”Vår satsning på e-handel är en viktig del i vår multikanalstrategi för att erbjuda ännu större tillgänglighet, service och inspiration till våra kunder och att guida till smarta lösningar på praktiska problem. Genom en attraktiv mix av butiker och e-handel, kan vi attrahera ännu fler kunder både på befintliga och på nya marknader”, säger Peter Jelkeby, vice VD för Clas Ohlson.

Lanseringen i Sverige och Norge gjordes i april 2012 följt av Storbritannien och Finland under sommaren och hösten 2012. Förberedelser pågår för inträde på den tyska marknaden med initialt 1-2 butiker i norra Tyskland och e-handel med planerad lansering tidigast under kalenderåret 2014.

E-handelsprojektet har engagerat över 100 personer under de två senaste åren och omfattar förutom en ny teknisk plattform även utveckling av andra kringssystem, förstärkt organisation och anpassning av processer.

”Målet är att erbjuda våra kunder en riktigt bra, praktisk och användarvänlig sajt som är lätt att handla på och som innehåller massor av nyttig information. Det blir också ett bra hjälpmedel för dem som vill förbereda sitt köp på nätet men som väljer att handla i våra butiker”, säger Catrin Folkesson, e-handelschef på Clas Ohlson.



Våra försäljningskanaler

Drygt 90 år av framgångsrik distanshandel har lagt grunden till den starka position Clas Ohlson har idag. Vår försäljnings- och servicestrategi är att lösa våra kunders praktiska problem via lättillgängliga och inspirerande kanaler som samverkar och kompletterar varandra. Under verksamhetsåret har vi lanserat en ny e-handelsplattform som stärker vårt erbjudande ytterligare.

Populär detaljhandelskedja

Clas Ohlson är en attraktiv och populär kedja, både bland konsumenter och bland företag i köpcentren. Våra etableringar ökar ofta hela centrets besökstal påtagligt. Vi attraherar nya kundgrupper och vårt breda sortiment lockar både män och kvinnor i alla åldrar.

Enligt undersökning i branschtidningen Market (2012), är Clas Ohlson det näst starkaste detaljhandelsvarumärket efter Ikea i svensk detaljhandel, rangordnat efter styrkan i varumärket samt på femte plats i anseende bland alla Sveriges företag.

Trenden är tydlig att kunderna vill handla både i butik och via e-handel. Butiker, distanshandel och kundtjänst kompletterar varandra och öppnar nya möjligheter att öka försäljningen och att knyta ännu starkare band till våra kunder.

Butiker

Butikernas försäljning uppgick under verksamhetsåret 2012/13 till 6397 Mkr vilket är en ökning med 4 procent mot föregående år (6165 Mkr). I lokala valutor ökade försäljningen med 5 procent. Butiksförsäljningen utgjorde 98 procent av koncernens totala försäljning.

Uppstartskostnaderna för nya och ombyggda butiker, inklusive utrustning av inventarier, uppgick till 44 Mkr (46 Mkr).

Centrala butikslägen

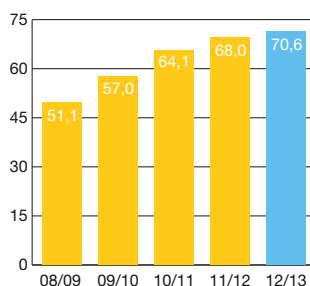
Clas Ohlsons butiker ska företrädesvis ligga i starka centrala köpcenter eller handelsplatser, där vi tillsammans med andra butiker och butikskedjor verkar gemensamt för att skapa återkommande besök. Av Clas Ohlsons 174 butiker ligger i dag 121 centralt och 53 i externa köpcenter.

Vi äger och driver våra butiker själva. Butikslokalerna hyrs med långsiktiga hyreskontrakt. I varje butik erbjuds det mesta av vårt breda sortiment lätt tillgängligt för självbetjäning. Mindre än 10 procent av produkterna säljs över disk.

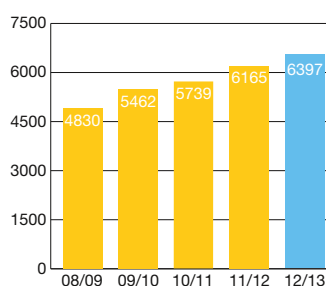


Borrmaskin/skruvdragare Cotech LXC DD18. Kraftfull maskin med 13 mm nyckellös chuck, växellåda, steglös hastighet 0-400/1100 v/min, höger-/vänstergång, ställbart moment i 23 steg och borrarläge. LED-belysning och batteriindikator.
40-8503

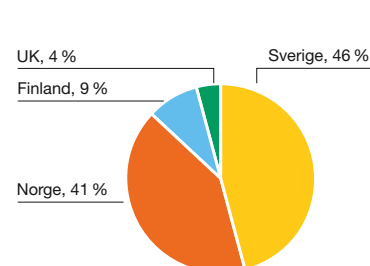
Antal besökare, miljoner



Försäljning butiker, Mkr



Andel försäljning per land, %



Tre olika storlekar

Clas Ohlson har kunder i alla åldrar. För att öka tillgängligheten erbjuder vi tre olika butikskoncept med varierande yta: 1500–3000 kvadratmeter för större städer och upptagningsområden, 1000–1500 kvadratmeter för mellanstora orter samt 700-1000 kvadratmeter för mindre orter eller som komplement till befintliga butiker i större städer.

I våra mindre butiker är sortimentet koncentrerat till de populäraste produkterna. Övriga produkter kan beställas och hämtas i butiken inom 48 timmar. Konceptet finns nu i flera städer i både Sverige och Norge.

Butikskoncept

Vårt butikskoncept är utformat för att underlätta för kunderna att hitta i butikerna. I konceptet ingår ny butiksinredning, skyltar, kundterminaler, informations- och orderdiskar samt kassor.

Nuvarande butikskoncept lanserades under 2008/09 och alla butiker som öppnats sedan dess är byggda enligt det nya konceptet. Äldre butiker anpassas successivt i takt med att de behöver renoveras eller uppdateras.

Finansiellt åtagande

En ny butik innebär initialt ett finansiellt åtagande på 10-13 Mkr fördelat på 2-3 Mkr i uppstartskostnader, 4-5 Mkr i investeringar i butiksinredning och datasystem samt 4-5 Mkr i varulager. Utöver detta kan i vissa fall investeringar i förhyrda lokaler tillkomma som Clas Ohlson erhåller kompensation för via engångsersättningar och/eller hyresbidrag.

I Storbritannien är uppstartskostnaderna för våra butiker inledningsvis högre, och uppgår till cirka 5-6 Mkr, vilket främst beror på högre marknadsföringskostnader. Nya butiker i Sverige och Norge visar lönsamhet redan under de tolv första månaderna. Detsamma gäller för några av butikerna i Finland. Generellt tar det längre tid att nå lönsamhet i länder där Clas Ohlson är nyetablerat och där varumärket är nytt.

Försäljningsökning

Jämförbara butiker i lokal valuta	- 4 procent
Nya butiker	+ 9 procent
Valutaeffekter	- 1 procent
Summa	+ 4 procent

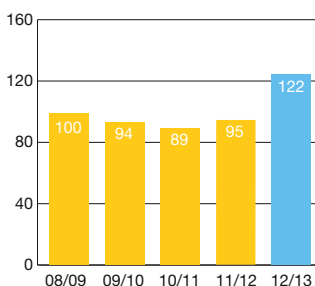


Resväska. Slagtålig polykarbonat. TSA kombinationslås och 4 roterbara, kullagrade hjul.
34-9208-1 38x24x51 cm, 20", 2,7 kg.

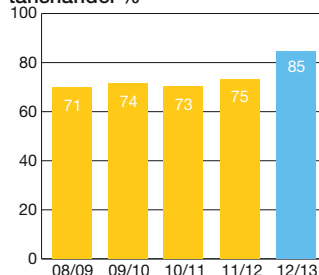
Fortsatt butiksexpansion

Clas Ohlson fortsätter att öppna nya butiker på de marknader där vi är etablerade. Under verksamhetsåret 2012/13 öppnades totalt 17 nya butiker och vi planerar att under verksamhetsåret 2013/14 etablera 12-17 butiker. Andelen nya butiker på mogna marknader minskar i takt med utvecklingen av satsningen på nya växande säljkanaler (e-handel). I Storbritannien ser Clas Ohlson en god tillväxtpotential på lång sikt men balanserar expansionstakten utifrån rådande marknadsförhållanden. Förberedelser pågår för inträde på den tyska marknaden med initialt 1-2 butiker i norra Tyskland och e-handel med planerad lansering tidigast under kalenderåret 2014.

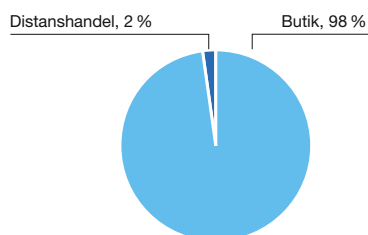
Försäljning distanshandel, Mkr



Andel e-handel av total distanshandel %



Andel försäljning distanshandel/butik, %



Våra butiker i Sverige

Våra svenska butiker hade 35,3 miljoner besökare under 2012/13, vilket var en ökning med 0,4 miljoner eller 1 procent jämfört med föregående år. Av besökarna var det 17,3 miljoner som också handlade vid sitt besök.

Antalet butiker har under verksamhetsåret utökats med 5 och totalt fanns vid verksamhetsårets slut 73 butiker i Sverige.

Det finns fortfarande utrymme för fortsatt etablering av nya butiker i Sverige även om marknadspenetrationen i Sverige nu är relativt hög. Flera av våra butiker med upptagningsområden på 30000 – 50000 invånare visar att vi kan nå god lönsamhet även i mindre städer.

Våra butiker i Norge

Våra norska butiker hade 18,1 miljoner besökare under 2012/13, en ökning med 1,4 miljoner eller 8 procent jämfört med föregående år. Av besökarna var det 11,2 miljoner som också handlade under sitt besök.

Under verksamhetsåret har 6 nya butiker öppnats och vid verksamhetsårets slut fanns totalt 62 butiker i Norge. Inte heller den norska marknaden är mättad när det gäller vår fortsatta etablering. Lönsamheten är god även för butiker i mindre städer med upptagningsområden på 30000 – 50000 invånare.

Våra butiker i Finland

Våra finska butiker hade 8,1 miljoner besökare under 2012/13, en ökning med 0,8 miljoner eller 11 procent jämfört med föregående år. Av besökarna var det 3,8 miljoner som också handlade under sitt besök.

Under verksamhetsåret har 6 nya butiker öppnats och vid verksamhetsårets slut fanns totalt 27 butiker i Finland. Det finns en stor potential att öka försäljningen även i befintliga butiker, genom fortsatt förtydligande av Clas Ohlsons erbjudande på den finska marknaden.

Våra butiker i Storbritannien

Våra brittiska butiker hade 9,1 miljoner besökare under 2012/13, jämfört med 9,2 miljoner föregående år.

Under verksamhetsåret öppnades inga nya butiker och vid periodens slut fanns totalt tolv butiker i Storbritannien.

Responser från våra kunder i butikerna i Storbritannien är fortsatt positiv och trots det kärva marknadsklimatet är antalet besökare och kunder i de brittiska butikerna i nivå med koncerngenomsnittet. Konverteringsgraden (andelen besökare som handlar) och det genomsnittliga köpet är



lägre i Storbritannien än genomsnittet i koncernen. Kännedomen om varumärket Clas Ohlson har ökat från 16 procent 2011/12 till 23 procent 2012/13 till följd av lansering av e-handel, ökad marknadsföring och andra aktiviteter för att tydliggöra vårt erbjudande till de brittiska konsumenterna. Dessa insatser har också medfört en förbättrad försäljningstrend med ökad försäljning i jämförbara butiker under andra halvåret 2012/13.

E-handel

Vår försäljning inom distanshandel (via e-handel, telefon och katalog) uppgick till 122 Mkr 2012/13, vilket är en ökning med 28 procent jämfört med föregående år (95 Mkr). E-handel stod under verksamhetsåret för 85 procent av vår distanshandel (föregående år 75 procent). Målet är att öka andelen försäljning via e-handel successivt under de kommande åren och att ge stöd till försäljningen i våra butiker.

Den nya e-handelsplattformen, som lanserades under första halvåret 2012/13, har medfört såväl ökad besöksstrafik som ökad försäljning. I Finland och Storbritannien, där kännedomen om Clas Ohlson är lägre än i Sverige och Norge och där vi tidigare enbart erbjudit handel via butik, kommer e-handeln att vara ett viktigt komplement för att fler kunder ska upptäcka Clas Ohlson. I slutet av november 2012 lanserade vi även en mobilanpassad version av e-handeln på samtliga marknader. Lanseringen är strategiskt viktig för att kunna möta våra kunder genom flera parallella kanaler och erbjuda hög tillgänglighet och service anpassad efter kundens behov. Satsningen på e-handel skapar också nya möjligheter att på ett kostnadseffektivt sätt etablera verksamhet och expandera på nya marknader.

90 dagars öppet köp

Som en extra trygghet för våra kunder utökade vi tiden för öppet köp från 30 dagar till 90 dagar under verksamhetsåret. Genom denna förändring har vi ytterligare tydliggjort vår generösa kundtjänstpolicy. Vi erbjuder också reservdelar och en egen serviceverkstad vilket är en extra service till våra kunder som förlänger livslängden på många produkter.



Internationell expansion – nya marknader allt viktigare

Nya marknader blir allt viktigare för Clas Ohlsons tillväxt framöver. Med över 130 butiker och e-handel i Sverige och Norge är utrymmet för fortsatt butiksexpansion begränsat. Under verksamhetsåret har vi fortsatt att expandera i Finland där vi lanserat 6 nya butiker och e-handel med fortsatt goda tillväxtpotentialer under de kommande åren.

Vår expansion i Storbritannien

Clas Ohlsons expansion i Storbritannien fortsätter men anpassas till rådande marknadsförhållanden. Under verksamhetsåret har vi fokuserat på att utveckla våra befintliga 12 butiker och lansering av e-handel. Genom undersökningar i våra butiker vet vi att våra kunder överlag gillar vårt affärskoncept, både när det gäller sortiment, priser och service, och rekommenderar gärna Clas Ohlson till andra. Vårt sortiment, våra butiker och vår service är ett nytt och uppskattat inslag i den brittiska detaljhandeln.

Den fortsatt svaga utvecklingen för den brittiska ekonomin påverkar även Clas Ohlson och andelen besökare som handlar och det genomsnittliga försäljningsvärdet per kund är lägre än på våra övriga marknader. Både kännedom och försäljning har utvecklats positivt under verksamhetsåret. Vi har ökat vår marknadsföring och att fortsatt att utveckla vårt erbjudande och försäljningskanaler. Vi ser en långsiktigt stor potential för vår verksamhet i Storbritannien.



Förberedelser för nya marknader

Clas Ohlsons affärskoncept bedöms vara konkurrenskraftigt på nya marknader i Europa. Ingen annan kedja erbjuder idag motsvarande koncept i centrala butikslägen. En fortsatt utveckling av Clas Ohlsons sortiment och säljkanaler, med bland annat den nya e-handelsplattformen, skapar ytterligare tillväxtpotentialer.

Arbetet med marknads- och konkurrensundersökningar, översättning av bland annat produktmanualer och information på produkter har inletts för tysktalande marknader. En lansering av Clas Ohlson på en femte marknad, med 1-2 butiker i norra Tyskland och e-handel, beräknas ske tidigast under 2014. Tyskland bedöms vara en attraktiv marknad med stark cityhandel, relativt god köpkraft bland hushållen och en konkurrenssituation där Clas Ohlsons erbjudande kan bli särskiljande.

Inköp och sortiment

Clas Ohlsons produktsortiment är noga utvalt och anpassat för våra kunder i Sverige, Norge, Finland och Storbritannien. Sortimentet förnyas kontinuerligt med fokus på teknik, funktion och kvalitet. Miljö och etik är andra viktiga faktorer i valet av produkter och leverantörer.

Brett, attraktivt och särskiljande sortiment

Sortimentet ska vara brett, attraktivt, särskiljande och konkurrenskraftigt på de olika marknader där Clas Ohlson verkar och ska möta och lösa människors praktiska problem i vardagen.

Utöver vårt sortiment om cirka 15000 produkter erbjuder vi reservdelar och tillbehör. Denna filosofi är uppskattad av våra kunder som kan få hjälp med råd, tips och reparationer av vår serviceinriktade personal i butik och av vår centrala kundtjänst i Insjön, vilken har vunnit pris för bästa kundtjänst ett antal gånger under de senaste åren.

Clas Ohlson har ingen egen tillverkning, inga egna produktpatent och är inte heller beroende av någon enskild leverantör.

Tusentals produktnyheter varje år

Varje år byter Clas Ohlson ut cirka 2000 produkter i sortimentet. Avgörande för om en produkt tas in eller ur sortimentet är en kombination av efterfrågan, kundnöjdhet och lönsamhet. Även produktens fas i dess livscykel styr beslutet.

Vid val av nya produkter är viktiga urvalskriterier teknik, funktion, miljöprestanda, pris och kvalitet. Vi söker också efter nya produkter med förbättrade miljöprestanda och som kan hjälpa våra kunder att förbättra sin miljöprofil.

Många av våra produkter innehåller mycket teknik. Vår ambition är att ligga i teknikens framkant, men inriktningen är inte att skapa trender eller vara teknikpionjärer.

Omfattande kvalitets- och funktionstester

Innan en ny produkt tas in i sortimentet görs avancerade tester av kvalitet, funktion, säkerhet, livslängd och andra produkttegenskaper. Testerna utförs i våra egna verkstäder. Flera produkter lämnas också till oberoende testinstitut, bland annat Intertek Semko och Statens Provningsanstalt. Clas Ohlson arbetar också för att minimera användningen av hälsofarliga ämnen i de produkter som ingår i sortimentet.

Internationellt inköpsarbete

Vår inköpsorganisation är indelad i fem grupper utifrån produktkategorierna Bygg, Hem, Multimedia, EI och Fritid. Kategori- och produktansvariga besöker stora mässor, leverantörer och tillverkare runt om i världen för att hitta nya produkter och utveckla vårt befintliga sortiment.

Genom regelbundna fabriksbesök kan Clas Ohlson, i dialog med leverantörer och tillverkare, vara med och påverka design, materialval, tillverkningsmetod och tillverkningsförhållanden i form av arbetsmiljö, arbetsvillkor och miljöpåverkan. Inköpsavdelningen har ett integrerat samarbete med våra CSR-revisorer (Corporate Social Responsibility) med gemensamma processer och verktyg för inköpsarbetet och kontroll av att vår uppförandekod följs på fabriker som tillverkar produkter åt Clas Ohlson.

Lång erfarenhet och hög kompetens

Många av medarbetarna på inköpsavdelningen har arbetat länge inom Clas Ohlson. Deras kunskap och erfarenhet förs vidare till nästa generation och ger oss en god kontinuitet när det gäller inköp och sortimentsutveckling.

För oss är det viktigt att dagens inköpare och produktansvariga känner samma nyfikenhet inför nya produkter som grundaren Clas Ohlson gjorde. Nyfikenheten och intresset för smarta lösningar som underlättar i vardagen är en del av vår kultur och något vi värnar om. Medarbetarna utbildas i Clas Ohlsons uppförandekod och våra metoder och verktyg för att kontrollera och stödja våra leverantörer. Inköparna har en viktig roll i arbetet med att kontrollera och förbättra arbetsmiljö och arbetsvillkor samt säkerställa att produkternas miljöegenskaper är godkända och uppfyller alla våra krav.

Clas Ohlsons fem produktområden



Bygg



Hem



Multimedia



EI



Fritid

600 leverantörer i 30 länder

Clas Ohlson köper in produkter från cirka 600 leverantörer i 30 olika länder. Under verksamhetsåret gjordes 55 procent av inköpen från svenska leverantörer medan 37 procent var direktinköp från Asien.

De största svenska leverantörerna är handelshus eller agenter som äger importrättigheter eller typgodkännanden för olika produkter. Ursprungslandet för dessa produkter ligger ofta i Asien eller Europa. Tillsammans med direktinköpen uppgick andelen produkter som tillverkats i Asien till 67 procent, vilket är en oförändrad andel jämfört med föregående år.

Clas Ohlson arbetar för att koncentrera inköpen till färre leverantörer och att öka andelen direktinköp. Målet är att minska våra inköpskostnader och att fördjupa samarbetet med både leverantörer och tillverkare i Europa och Asien. Detta ger oss större inflytande över produktdesign och kvalitet samt underlättar också uppföljningen av vår uppförandekod.

Inköpspolicy

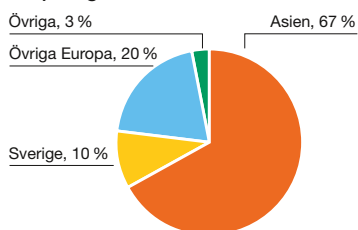
Vår inköpspolicy innebär bland annat att vi ska köpa våra produkter så nära tillverkarna som möjligt för att undvika fördyrande mellanhänder.

Direktinköp utan mellanhänder

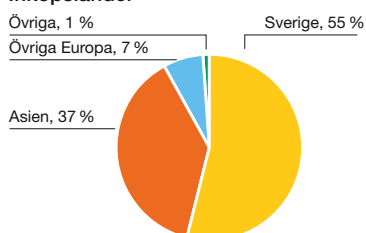
Asien, och framförallt Kina, är den viktigaste inköpsmarknaden för Clas Ohlson. För att stärka vår konkurrenskraft och undvika fördyrande mellanhänder har vi sedan 2008 ett helägt inköpsbolag med kontor i Shanghai och Shenzhen (öppnades 2011). Genom att kombinera inköpen via våra egna inköpskontor med agenter i Asien kan vi göra ännu bättre och mer effektiva inköp.

De agenter vi samarbetar med har erfarenhet och kontaktnät som tillför ett värde till Clas Ohlson. I Clas Ohlsons inköpsstrategi ingår också att kontinuerligt utvärdera produkter som tillverkas i Asien men säljs via mellanhänder i Sverige och Europa, för att om möjligt hitta alternativ som kan köpas in direkt från tillverkare i Asien. Detta är viktigt för att kunna erbjuda lägsta möjliga pris till våra kunder. Vår ökade närvaro i Asien, med egen personal på plats, ger oss också förbättrade möjligheter att kontrollera och påverka arbetsvillkoren på fabrikerna.

Ursprungsländer



Inköpsländer



Positiv utveckling av egna varumärken

De senaste åren har vi satsat allt mer på egna varumärken som idag står för 25 procent av försäljningen. Inriktningen för våra egna märkesvaror är att erbjuda god kvalitet till attraktiva priser och att våra kunder ska få mycket för pengarna. Kombinationen av egna varumärken och andra kända varumärken gör att våra kunder får ett bredare urval och möjligheten att välja den prisnivå och de produkttegenskaper som passar behovet bäst.



asaklitt
Friluftsutrustning



Capere
Köksredskap



FRAGUA
Vattensportutrustning



north LED
Belysning



Cocraft
Handverktyg



GAVIA
Fiskeutrustning



EXIBEL
Telefoni, ljud och bild



CO TECH
Elverktyg, batterier och elkomponenter



coline
Hushållsmaskiner



prologue
Klockor



Sang
Konstnärsmaterial

Varuflöde, IT och säkerhet

Ett effektivt varuflöde är en av Clas Ohlsons viktigaste framgångsfaktorer och hållbarhetsutmaningar. Navet i varuflödeskedjan är vår automatiska sorteringsanläggning och helautomatiserade höglager i Insjön - en av Nordens mest moderna och effektiva logistikanläggningar.

Effektiv logistik och varuflöde – en viktig framgångsfaktor

Clas Ohlson har ett omfattande varuflöde med långa transporter från bland annat Europa och Asien till vårt centrallager och vidare ut till våra fyra marknader. Distributionscentralen i Insjön är hela koncernens logistiknav där i stort sett alla varor passerar på väg till våra butiker och distanshandelskunder. Automatiserade system svarar för en hög tillgänglighet i butik och distanshandel. Den genomsnittliga omsättningshastigheten för lagret i distributionscentralen uppgick under verksamhetsåret till 6,9 gånger (föregående år 6,1 gånger). Det innebär att vi byter ut hela lagret med 15000 artiklar ungefär varannan månad. Med den höga omsättningshastigheten är distributionscentralen snarare att likna vid en terminal än ett lager.

Antalet levererade pallar till butikerna uppgick under verksamhetsåret till 242 000 (föregående verksamhetsår 225 000) vilket motsvarar nästan 1 000 per dag. Normal leveranstid till butikerna är 1-3 dagar och beställningen sker automatiskt i butiksdatasystemet när en vara når sin beställningspunkt i respektive butik. Vi levererade också cirka 176800 distanshandelsförsändelser (föregående verksamhetsår 124800) vilket motsvarar cirka 700 per dag.

Ett hållbart varuflöde, med effektiv logistik och så låg miljöpåverkan som möjligt i alla led, är ett av Clas Ohlsons viktigaste utvecklingsområden. Läs mer om Clas Ohlsons miljöarbete på sidorna 40-43.

IT-system och säkerhet

Clas Ohlsons verksamhet är i mycket stor utsträckning beroende av IT-stöd. Det är därför viktigt att IT-systemen ger ett bra stöd i den dagliga verksamheten och håller en god driftsäkerhet. Utveckling av IT-strukturen görs kontinuerligt. Clas Ohlsons IT-system är utvecklade för effektiv hantering av beställning, inleverans, påfyllning, utplockning och slutleverans av varor till våra butiker och kunder. Alla system som berör varuhanteringen är helt integrerade, det vill säga informationen registreras bara en gång och presenteras i realtid. För att säkerställa en hög servicenivå är systemen uppbyggda i tre olika nivåer: centralsystemet, butiksdatasystemet och kassasystemet.

Centralsystem

All information som rör artiklar, kunder, leverantörer med mera registreras i en gemensam databas i vårt centrala

system. I detta körs inköpsrutiner, lagerrutiner och gemensamma funktioner som exempelvis ekonomisystem. Många av programmen är skräddarsydda och egenutvecklade för att passa just vår verksamhet. Ett undantag är ekonomisystemet som är ett standardsystem.

Butiksdatasystem

Alla uppgifter som rör informationsflödet inom en butik och till och från butiken finns i butiksdatasystemet. Bland annat finns beställningspunkter inlagda på alla artiklar i butiken. När en artikel når sin beställningspunkt sker en beställning till centralsystemet automatiskt.

Kassasystem

Ett speciellt kassasystem är kopplat till varje butikssystem som hanterar försäljningstransaktionerna i respektive butik. Kassasystemen kommunicerar kontinuerligt med både butikssystemet och centralsystemet men kan också arbeta vidare helt fristående, om kommunikationen med de andra systemen skulle brytas. Under verksamhetsåret har ett nytt kassasystem installerats i alla våra butiker med ett antal förbättringar och utvecklad funktionalitet för bland annat Clas Ohlsons nya lojalitetsprogram.

IT-säkerheten högt prioriterad

Verksamheten bygger på att de integrerade systemen fungerar med så få avbrott som möjligt. För att säkerställa en hög tillgänglighet och korta avbrotttider är alla system dubblade. Det innebär snabbare omstarter och högre säkerhetsnivå än om systemen skulle köras i enkeldatormiljö. Varje natt genomförs säkerhetskopieringar av samtliga system och transaktioner. Brandväggar och viruskydd är andra delar i Clas Ohlsons säkerhetssystem.

Andra verksamhetssystem

Under verksamhetsåret har ett antal viktiga IT-projekt bedrivits för att stödja och utveckla Clas Ohlsons verksamhet och pågående internationalisering, bland annat utveckling och implementering av en ny teknisk plattform för e-handel.



Larmmatta. Larmar med ljud och ljus när någon trampar på mattan. Lämplig som enkelt passage- eller inbrottslarm. Välj mellan alarmsignal eller dörrklocka.

36-3751



Clas Ohlsons distributionscentral i Insjön lagrar, sorterar och distribuerar varor till både butiker och distanshandel på våra fyra marknader.

Den nya e-handelsplattformen lanserades under verksamhetsåret på samtliga våra marknader och innebär att vi kan erbjuda våra kunder snabb, enkel och inspirerande e-handel via datorer, surfplattor och mobiltelefoner, som ett komplement till våra butiker. Clas Ohlson har också utvecklat och implementerat nya kompletterande system för kundärendehantering och produktinformation.

Allmänt säkerhetsarbete

Clas Ohlson har under de senaste åren förstärkt säkerhetsarbetet generellt. Säkerhetsavdelningen arbetar systematiskt med bland annat kontinuitetsplanering, försäkringsfrågor, krishantering, brandsäkerhet, informationssäkerhet och säkerhetsfrågor för butik. Svinn är ett problem inom detaljhandeln generellt. För att minska svinnet i Clas Ohlson har vi bland annat tagit fram processer och rutiner för det lokala förebyggande arbetet och utbildar samtliga medarbetare i våra butiker. Även en säkerhetsstandard för butik har tagits fram så att kostnadseffektiva säkerhetslösningar byggs in i våra butiker. Säkerhetsarbetet följs upp med bland annat interna säkerhetsrevisioner efter fastlagda intervaller.

Brandsäkerhet är en prioriterad fråga i företaget där all personal får genomgå utbildning i brandskydd. Det systematiska brandskyddsarbetet för vårt centrallager är upp-

rättat på en hög nivå och omfattar allt från "ordning & reda" till regelbundna kontroller och rutiner. Distributionscentralen är indelad i flera brandceller. Fastigheten är försedd med sprinklersystem med ca 47000 sprinklerhuvuden och brandlarm med ca 900 larmadresser som är direktkopplade till SOS och vår interna beredskapsgrupp. Sprinklersystemet förses med vatten via en sprinklercentral med direktstartande dieselpumpar. Vattnet hämtas från vattenreservoarer i anslutning till sprinklercentralen. För att ytterligare säkerställa tillgången på släckvatten har även en speciell branddamm etablerats i anslutning till höglagerdelen. För distributionscentralen och huvudkontoret finns även en brandberedskapsstyrka som är utbildade för att göra snabba insatser med befintlig brandutrustning i händelse av brand.

Vårt försäkringskydd

Clas Ohlson har årsvisa uppföljningar av försäkringskyddet och har under verksamhetsåret genomfört en upphandling av försäkringar. Försäkringarna ger ett fullgott skydd för bland annat varulager, byggnader, maskiner och inventarier samt avbrott och ansvar, inklusive produktansvar.

Risker och osäkerhetsfaktorer

Clas Ohlsons verksamhet medför risker som i varierande omfattning kan påverka koncernen negativt. De kan delas in i rörelserelaterade risker, som till exempel ett konkurrenskraftigt sortiment eller en förändrad konkurrenssituation, och finansiella risker, främst valutaexponering.

Både rörelserelaterade och finansiella risker kan på kort och lång sikt påverka möjligheterna att uppnå fastställda mål enligt bolagets affärsplan. Clas Ohlson arbetar kontinuerligt med att uppdatera koncernens risksituation och detta sker genom en dokumenterad systematisk process där risker identifieras, värderas, hanteras samt rapporteras. Prioritet läggs på de risker som bedöms kunna ge mest negativ effekt utifrån sannolikhet för inträffande samt tänkbar påverkan på verksamheten.

Riskerna sammanställs i riskkartor för att tydliggöra den samlade exponeringen. Kartläggningen görs på koncernnivå och utgör en viktig del för bolagsledningens och styrelsens strategiska och operativa styrning. Arbetet med att sammanställa, övervaka och utveckla riskhanteringen görs av koncernens riskkommitté. I takt med att verksamheten växer och utvecklas kommer detta arbete även fortsatt att ha en hög prioritet.

Rörelserelaterade risker

Expansionen i Storbritannien och Tyskland

Expansionen i Storbritannien och Tyskland innebär möjligheter för Clas Ohlson med ytterligare marknader men medför även risker. En av riskerna är att varumärket för de flesta är okänt och förväntas ta lång tid att etablera. Mer information angående Storbritannien och Tyskland finns på sidorna 18-19.

Inköp i Asien

Clas Ohlson köper i dag cirka 37 procent av produkterna i Asien, varav merparten från Kina. Genom det egna inköpsbolaget ska andelen inköp från Asien ökas ytterligare. Detta möjliggör en förstärkning av bolagets konkurrenskraft i den fortsatta expansionen. Den ökade exponeringen mot ett enskilt land innebär en ökad risk (politisk risk, transportrisk, valutarisk etc.).

IT-system

Clas Ohlsons verksamhet är i mycket stor utsträckning beroende av IT-stöd. Det är därför viktigt att IT-systemen ger ett bra stöd i den dagliga verksamheten och håller en god driftsäkerhet. Utveckling av IT-strukturen görs kontinuerligt.

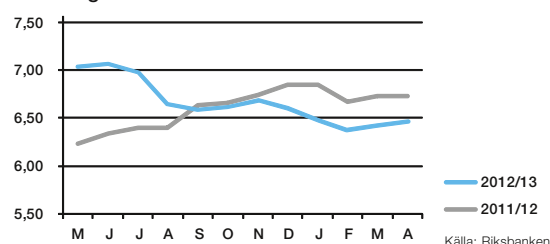
Konkurrens

En tydlig trend inom detaljhandeln i Europa är att stora rikstäckande kedjor växer, oftast på bekostnad av mindre,



Temperaturvakt. Med frostvakt. Temperaturområde 5-30 °C/ ± 1 °C. Mäter temperaturen och styr vägguttaget. Koppla in en värmefläkt eller element. Justerbart av- eller påslag vid uppnått värde. För inomhusbruk. 230V/16A.
36-1181

Månadsgenomsnitt USD/SEK



Grafen visar den månatliga medelkursen för valutaparet USD/SEK. USA-dollar (USD) är vår viktigaste inköpsvaluta. Vid verksamhetsårets början den 1 maj 2012 var kursen för USD 6,72 mot den svenska kronan. Kursen har totalt sett gradvis försvagats under verksamhetsåret med undantag av en mindre förstärkning under hösten och under verksamhetsårets sista kvartal. Den noterades den 30 april 2013 till 6,56 en försvagning med 2 procent.

Den högsta kursen var 7,29 och noterades i juni 2012 medan den lägsta kursen var 6,29 och noterades i februari 2013. Genomsnittskursen var cirka 6,66 jämfört med 6,60 under 2011/12.

enskilda fackhandlare. De stora kedjorna och aktörerna etablerar sig i flera länder genom såväl egna butiker som förvärv. Aktörerna på marknaden har därmed blivit både färre och större. Under verksamhetsåret har konkurrensen ökat, framför allt i Norden, genom fler butiker och köpcenter. Mer information finns på sidan 11.

Logistik

Clas Ohlsons distributionscentral i Insjön utgör navet i hela koncernens logistikkedja. Härifrån distribueras varor till samtliga butiker samt till distanshandelskunder. Under de senaste åren har distributionscentralen byggts ut för att ytterligare effektivisera logistiken. Det finns dock risker med att ha logistiken samlad till en ort. Det gäller till exempel avbrott i kommunikation och infrastruktur, brand eller strejk.

Nyckelpersoner

En allt viktigare framgångsfaktor är att kunna attrahera och behålla nyckelkompetens. Från och med verksamhetsåret 2008/09 har Clas Ohlsons ersättningsprinciper, efter beslut vid årsstämman, förändrats till att innehålla en större andel rörlig ersättning utifrån prestation. För mer information, se sidan 56.

Företagets geografiska läge förutsätter flexibla arbetsförhållanden vilket är en viktig del för att kunna attrahera och behålla nyckelpersoner från andra orter.

Socialt ansvar – CSR

I samhället ökar kraven på företagets sociala ansvar, Corporate Social Responsibility. Clas Ohlson arbetar aktivt med dessa frågor som är strategiskt viktiga och en del i att bedriva en långsiktigt hållbar verksamhet. Om företaget brister i dessa avseenden finns risken att försäljningen och marknadsandelarna minskar. För mer information om Clas Ohlsons hållbarhetsarbete, se sidorna 27-43.

Sortiment

Bolagets viktigaste uppgift är att erbjuda kunderna ett brett och attraktivt sortiment. Om Clas Ohlson skulle missbedöma nya trender eller produktområden kan det innebära lägre tillväxt och lönsamhet.

Svinn

Clas Ohlson utsätts dagligen för svinn, såsom butiksnatteri, stölder med mera. Clas Ohlson arbetar för att minska svinnet genom ett långsiktigt förebyggande arbete i form av bland annat utbildningsinsatser, teknisk utrustning samt

en kontinuerlig uppföljning, utvärdering och anpassning av säkerhetsarbetet.

Finansiella risker

Konjunktur

Detaljhandeln i stort påverkas negativt av en svagare konjunktur och även fast Clas Ohlson säljer produkter som behövs i vardagen påverkas försäljningen negativt av en svagare detaljhandel.

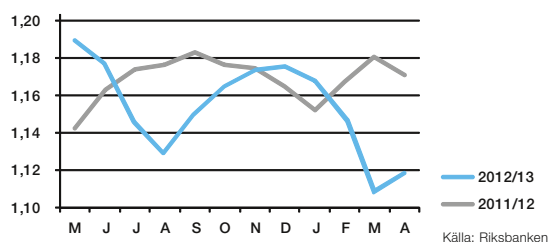
Vårt breda och prisvärda sortiment innebär trots allt en mindre känslighet för konjunktursvängningar än många andra detaljhandelsföretag. Över 80 procent av de produkter vi säljer har ett pris som är lägre än 300 kr. Clas Ohlsons breda sortiment, med fem olika produktkategorier, innebär också en lägre risk eftersom efterfrågan inom en produktkategori kan öka samtidigt som efterfrågan inom en annan kategori minskar.

Löneinflation i tillverkande länder

Clas Ohlson påverkas av förändringar i lönenivån i de länder där företagets produkter tillverkas. Detta kan variera mellan olika produkter beroende på hur stor andel av tillverkningsprocessen som är arbetsrelaterad.



Månadsgenomsnitt NOK/SEK



Grafen visar den månatliga medelkursen för valutaparet NOK/SEK. Cirka 40 procent av vår försäljning sker i Norge. Vid verksamhetsårets början den 1 maj 2012 var kursen för den norska kronan (NOK) 1,17 mot den svenska kronan. Under verksamhetsåret kan utvecklingen av den norska kronan (NOK) liknas vid en berg- och dalbana. Kursen försvagades kraftigt under sommaren för att på hösten kraftigt förstärkas. Ytterligare en kraftig försvagning noterades under verksamhetsårets sista kvartal. Den noterades den 30 april 2013 till 1,12, det vill säga en försvagning med 4 procent.

Den högsta kursen var 1,20 och noterades i maj 2012 medan den lägsta kursen var 1,11 och noterades i mars 2013. Genomsnittskursen för 2012/13 var 1,16 jämfört med 1,17 under 2011/12.

Råvarupriser

Inköpspriserna för bolagets produkter påverkas i relativt stor utsträckning av världsmarknadspriserna på enskilda råvaror. Det gäller framför allt elmaterial (koppar), batterier (zink), belysning (aluminium) och plastprodukter (olja). Terminssäkringar gentemot råvaror görs inte direkt av bolaget. Detta innebär en risk eftersom inköpspriserna på berörda artiklar påverkas av råvaruprisernas utveckling, medan försäljningspriserna är fasta under katalogperioderna.

Transportkostnader

Clas Ohlson terminssäkrar inte transport- eller bränslekostnader för intransporter. Priserna för båtfrakter kan variera relativt kraftigt beroende på världsmarknadspriset, vilket innebär en risk.

Valutor

Bolaget har en relativt stor valutaexponering främst genom försäljningen i Norge samt genom koncernens inköp. Ungefär 45 procent av inköpen görs i andra valutor än den svenska.

De viktigaste inköpsvalutorna är USA-dollar (USD), hongkongdollar (HKD) och euro (EUR). Vidare är den svenska kronans utveckling mot den norska (NOK) viktig för koncernen, eftersom cirka 40 procent av försäljningen

sker i Norge. Nettoexponeringen mot euro är låg eftersom bolaget får en allt större försäljning i euro genom expansionen på den finska marknaden. Koncernen får även en ökad exponering mot brittiska pund (GBP) i takt med att försäljningen i Storbritannien ökar.

Tabellen nedan visar hur resultatet påverkas av förändring i försäljningsvolym för befintliga enheter samt förändringar i de viktigaste valutorna.

Valutasäkringar

Vid prissättningen av produkter i sortimentet används kalkylkurser för respektive valuta, vilka bestäms i juni och januari varje år. I samband med detta terminssäkras cirka 50 procent av det förväntade flödet ett halvt år framåt. På detta sätt är bolaget garanterat kalkylkursen på en stor del av inköpen men har samtidigt risken att handla de resterande inköpen till dagskurs.

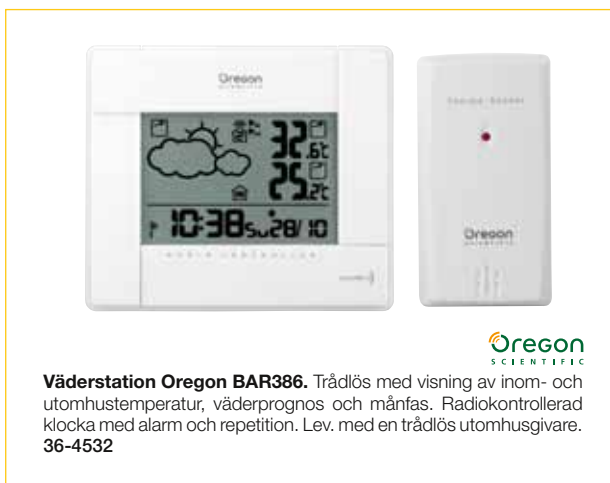
Under verksamhetsåret gjordes valutasäkringar i USD och NOK.

Valutarörelser

Den norska kronan försvagades under verksamhetsåret i förhållande till den svenska. Kursen på den norska kronan var i genomsnitt 1,16 vilket var en procent lägre jämfört med verksamhetsåret 2011/12 då den var 1,17. Detta har påverkat försäljningen i SEK negativt eftersom cirka 40 procent av försäljningen sker i norska kronor.

USA-dollar har stärkts mot den svenska kronan det senaste verksamhetsåret. Genomsnittskursen under verksamhetsåret 2012/13 var en procent högre än året innan (6,66 jämfört med 6,60). Genomsnittskursen för hongkongdollarn var under verksamhetsåret 2012/13 0,86 vilket var en procent högre jämfört med verksamhetsåret 2011/12 då den var 0,85. Genomsnittskursen för den kinesiska valutan (CNY) var två procent högre än året innan (1,06 jämfört med 1,04).

Euron (EUR) har försvagats mot den svenska kronan det senaste verksamhetsåret. Genomsnittskursen under verksamhetsåret 2012/13 var 8,59 mot 9,02, vilket är en försvagning med 5 procent. Genomsnittskursen för det brittiska pundet (GBP) har varit oförändrat mot föregående verksamhetsår (10,51 mot 10,51).



Väderstation Oregon BAR386. Trådlös med visning av inom- och utomhustemperatur, väderprognos och månfas. Radiokontrollerad klocka med alarm och repetition. Lev. med en trådlös utomhusgivare. 36-4532

Känslighetsanalys

Faktor	Förändring	Påverkan på resultat före skatt, Mkr
Försäljningsvolym i jämförbara butiker	+/- 5 procent	+147/-163
Valutapåverkan totalt exklusive terminssäkringar		
– NOK	+/- 5 procent	+/- 59
– USD	+/- 5 procent	-/+ 50
– HKD	+/- 5 procent	-/+ 7
– EUR	+/- 5 procent	-/+ 1
– GBP	+/- 5 procent	-/+ 7

Bolaget har relativt stor valutaexponering genom försäljningen i Norge samt genom koncernens inköp. Tabellen visar hur resultatet påverkas av förändringar i de viktigaste valutorna.

Hållbar utveckling

Clas Ohlson är ett renodlat detaljhandelsföretag med 174 butiker och e-handel i Sverige, Norge, Finland och Storbritannien.

Vi erbjuder ett sortiment med 15000 produkter inom Bygg, Hem, Multimedia, El och Fritid. Vårt huvudkontor och distributionscentral finns i Insjön, Dalarna och totalt har vi cirka 4300 medarbetare. Vi äger inga fabriker utan istället samarbetar vi med cirka 600 leverantörer och 700 tillverkare i 30 länder. I denna hållbarhetsredovisning kan du läsa mer om hur vi arbetar med CSR-frågor (Corporate Social Responsibility). Ett arbete som omfattar Clas Ohlsons sociala och miljömässiga ansvar, det vill säga arbetet för en hållbar utveckling.

Grunden för Clas Ohlsons arbete med hållbar utveckling

Vår affärsidé, som i stort varit densamma sedan 1918, är att göra det smidigt för människor att lösa vardagens praktiska små problem. Grundaren Clas Ohlson värnade om både medarbetare, kunder och lokalsamhället och lade grunden till den starka företagskultur som finns i företaget. Denna "Clas Ohlson-anda" ligger till grund för vårt ansvarstagande och arbetet med att anpassa vår verksamhet och bidra till en hållbar samhällsutveckling.

Vi ställer krav både på oss själva och på våra leverantörer och tillverkare gällande arbetsvillkor och mänskliga rättigheter, arbetsmiljö och miljöpåverkan. Inriktningen är att, genom en långsiktigt hållbar affärsidé och verksamhet, skapa värde för Clas Ohlsons aktieägare, kunder, medarbetare och för samhället i stort. Clas Ohlson ska bidra till en hållbar utveckling och värna om nuvarande och kommande generationers livsförutsättningar.

Arbetet med att bidra till en hållbar samhällsutveckling är affärskritiskt och en av företagets kärnstrategier. Kraven och förväntningarna från kunder, medarbetare, aktieägare och andra intressenter ökar samtidigt som hållbarhetsfrågor innebär nya affärsmöjligheter för Clas Ohlson. Alla väsentliga investeringsbeslut ska beakta såväl ekonomiska som sociala och miljömässiga konsekvenser.

Vår hållbarhetsvision

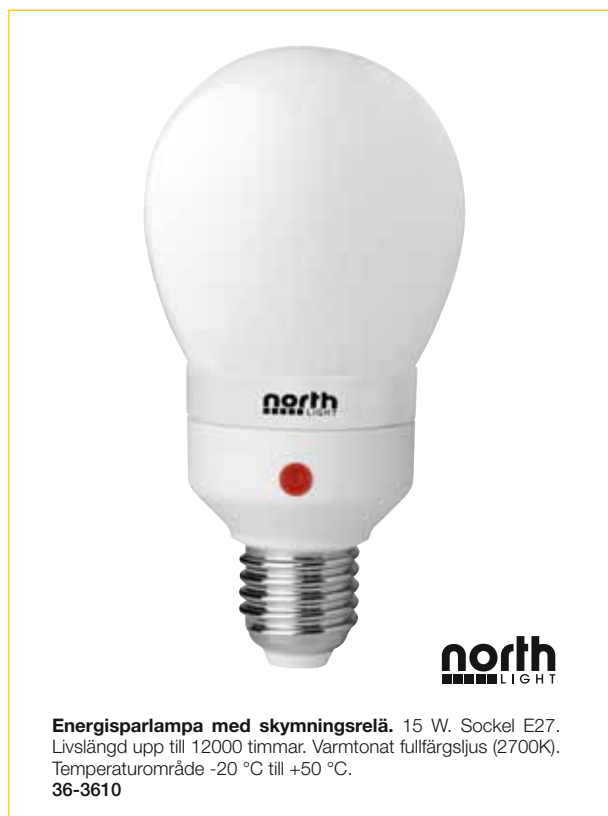
Vi ska engagera företagets resurser till ekonomisk, social och miljömässig utveckling som skapar värde för våra intressenter och samhället i stort och bidrar till hållbara levnadsförhållanden för nuvarande och kommande generationer.

CSR-organisation och ansvar

Clas Ohlson arbetar efter filosofin att hållbarhetsfrågor kräver ett helhetstänkande och dessa frågor måste genomsyra hela organisationen och dess olika verksamheter. Det gäller att få med hela organisationen i arbetet mot ett hållbart samhälle och att även engagera kunder och ägare i arbetet.

Clas Ohlsons hållbarhetsarbete leds och koordineras genom ett CSR-forum som består av vd, informationsdirektör, inköpsdirektör, varuförsörjningsdirektör, HR-direktör (Human Resources), chefsjurist, miljökoordinator, interncontroller och chef för CSR och uppförandekod.

Forumet fattar beslut om mål, strategier och aktiviteter för hela koncernens hållbarhetsarbete och följer upp att företaget på ett effektivt sätt arbetar mot uppsatta mål. Vd har det övergripande ansvaret och inriktningen är att hållbarhetsarbetet ska vara en integrerad del av organisationen.



Principer och redovisningsperiod för Clas Ohlsons hållbarhetsredovisning

Denna hållbarhetsredovisning är Clas Ohlsons femte och baseras på de senaste riktlinjerna från Global Reporting Initiative (GRI). Clas Ohlson har valt att redovisa enligt C-nivå* (revideras inte av extern part). På sidan 43 finns en korsreferenstabell som visar var i Clas Ohlsons årsredovisning, hållbarhetsredovisning och webbplats de olika GRI-indikatorerna återfinns.

Informationen och nyckeltalen som presenteras i hållbarhetsredovisningen är utvalda efter väsentlighet och relevans ur ett hållbarhetsperspektiv för Clas Ohlson och enligt våra intressenters önskemål.

Hållbarhetsredovisningen omfattar verksamhetsåret 2012/13, det vill säga perioden 1 maj 2012 – 30 april 2013. I några avsnitt nedan redovisas information, nyckeltal och diagram för perioden 1 januari 2012 – 31 december 2012.

Clas Ohlsons intressenter

Clas Ohlsons viktigaste intressenter och målgrupper är kunder, medarbetare, aktieägare, leverantörer och tillverkare, ideella organisationer samt allmänheten.

Vi har en löpande dialog med de viktigaste intressenterna och gör även interna och externa mätningar för att fånga upp de synpunkter och önskemål som finns kring företagets verksamhet och utveckling. Genom att ha en öppen dialog får vi ökad kunskap och hjälp med att fastställa vad vi behöver förbättra i vårt hållbarhetsarbete.

Vi har möten med olika fond- och kapitalförvaltare och deras hållbarhetsanalytiker kring olika hållbarhetsfrågor och de möjligheter och utmaningar som Clas Ohlson har. Clas Ohlson har under verksamhetsåret också deltagit i seminarier och forum som anordnats av olika ideella organisationer för att ta del av deras synpunkter, erfarenheter och arbete med mänskliga rättigheter och miljö.

Deltagande i internationella hållbarhetsinitiativ

Clas Ohlson är sedan 2008 medlem i FN:s uppdrag för arbete med mänskliga rättigheter, UN Global Compact. Vi deltar också, sedan 2008, i det internationella klimatinitiativet Carbon Disclosure Project, CDP, där vi under verksamhetsåret redovisat de utsläpp som skett under 2012, både direkta och indirekta utsläpp av växthusgaser från vår verksamhet.

Medarbetarmätningar

Våra arbetsmiljökartläggningar visar en hög trivselfaktor och en bra arbetsmiljö. Under verksamhetsåret har en medarbetarundersökning som omfattar hela koncernen genomförts – nöjd medarbetarindex, NMI. Undersökningen ger värdefull feedback från våra medarbetare gällande våra arbetsplatser, arbetsvillkor och trivsel (läs mer på sidan 38).

Kundundersökning

Clas Ohlson deltog för tredje året i undersökningen Sustainable Brands Image Survey 2012. Undersökningen mäter svenska folkets inställning och uppfattning om företagets hållbarhetsarbete och Clas Ohlson fick utmärkelsen Bäst i Branschen 2012.

Dialogen med våra kunder om hållbarhetsfrågor är viktig och kommer att utvecklas vidare för att inkludera våra kunder i utvecklingen av vår verksamhet och de produkter vi erbjuder.

Våra butiker

I samband med butiksetableringar samarbetar Clas Ohlson med kommuner, regioner och myndigheter. Det finns ett gemensamt intresse att skapa ett lokalt livskraftigt näringsliv, inte minst i de citylägen där Clas Ohlson i första hand etablerar butiker. Centrala lägen innebär att människor kan handla där de rör sig i sin vardag, vilket minskar behovet av bilresor till affärscenter utanför stadskärnan. Vi öppnar årligen ett stort antal nya butiker på våra för närvarande fyra marknader och skapar därigenom många nya arbetstillfällen.

Ekonomisk utveckling som skapar värde

Clas Ohlson har, sedan starten 1918, varje år redovisat vinst. God lönsamhet och starka finanser är grundläggande för att bedriva en långsiktigt hållbar verksamhet och skapa värde för aktieägare, medarbetare, leverantörer och för samhället i stort. I takt med att verksamheten växer och expanderar skapas nya arbetstillfällen och Clas Ohlson bidrar, genom de skatter som betalas på våra olika marknader, till de offentliga finanserna och finansieringen av samhällets gemensamma åtaganden.



Trådlös elenergimätare. Få kontrollen över hemmets elförbrukning med en elenergimätare. Trådlös överföring gör att du kan mäta förbrukningen från ett annat rum eller från svåråtkomliga apparater som t.ex. ett kylskåp. Tydlig display som visar elförbrukning, kostnad, tid och inomhustemperatur. Ange aktuellt kilowattpris och se kostnaden direkt displayen. Stöd för upp till fyra givare gör att du kan se förbrukningen från upp till fyra olika apparater samtidigt.
36-3981

Några viktiga steg under året

Under verksamhetsåret har vi tagit fortsatta utvecklingssteg i vårt hållbarhetsarbete. Några exempel på aktiviteter som genomförts är:

- Inköpsarbetet och uppföljning av uppförandekoden har integrerats med gemensam organisation, verktyg och processer. Under verksamhetsåret gjordes 409 (617) fabriksrevisioner hos tillverkare i Asien för att identifiera eventuella brister som behöver åtgärdas.
- Utsläppen från transporter (CO₂/tonkm) har minskats genom att ökad pallhöjd vid uttransporter, ökad användning av tåg vid intransporter samt ändrade transportrutter och rutiner.
- Energieffektivisering i butik har fortsatt i ett antal butiker genom bättre belysningsplaner och ny belysningsteknik. Den nya belysningen används i alla nya butiker och äldre butiker görs om i samband med att de renoveras.
- Clas Ohlson har fortsatt att bidra till utfasningen av traditionella glödlampor och byte till LED-belysning genom marknadsföringsinsatser och vägledande information i våra olika säljkanaler.

- Clas Ohlson har fördjupat samarbetet med Rädda Barnen. Samarbetet handlar dels om utbildningsinsatser för migrantarbetare och unga arbetare (16-20 år) i Kina, dels om insamlingskampanjer i våra säljkanaler till förmån för barn i Nepal, ett av världens fattigaste länder. Målet är att under en treårsperiod ge 8 000 barn möjlighet till skolgång.
- Clas Ohlson inkluderades, från och med december 2012, i NASDAQ OMX Sustainability Index, vilket är en guide för hållbara investeringar.



*GRI:s tillämpningsnivåer

Det finns tre olika tillämpningsnivåer i riktlinjerna. Nivåerna kallas A, B och C. Redovisningskraven för respektive nivå innebär en ökad tillämpning eller täckning av GRI:s redovisningsramverk. Ett plustecken (+) kan läggas till varje nivå och betyder att redovisningen är externt bestyrkt.

Clas Ohlsons övergripande hållbarhetsstrategier:

Strategi	Aktiviteter
CSR ska vara en integrerad del av våra affärer och verksamhet. Vi ska bidra till en hållbar utveckling, ta vara på de affärsmöjligheter som finns och stärka vår långsiktiga konkurrenskraft.	<ul style="list-style-type: none"> - Feedback från våra intressenter via nöjd medarbetarindex, kundundersökningar och deltagande i Sustainable Brands Image Survey. - Internutbildning för att höja kompetensen och medvetenheten i hela organisationen kring CSR-frågor.
Fördjupat samarbete med leverantörer och tillverkare för att bidra till förbättrade arbetsvillkor.	<ul style="list-style-type: none"> - Arbete för att minska antalet leverantörer och tillverkare. - Integrerad organisation, processer och verktyg för inköp och kontroll av uppförandekod. - Utbildningsinsatser för både fabriksledning och fabriksarbetare. - Samarbete med andra företag och organisationer för att öka effektiviteten i CSR-arbetet.
Öppen dialog med våra intressenter och ideella organisationer kring vårt CSR-arbete.	<ul style="list-style-type: none"> - Feedback och dialog med våra intressenter och mätningar via nöjd medarbetarindex och kundundersökningar. Deltagande i seminarier och dialog med ideella organisationer, universitet, forum och andra parter gällande hållbarhetsfrågor. - Extern redovisning av CSR-arbetet enligt den globala standarden för hållbarhetsredovisning, GRI (Global Reporting Initiative).
Utvecklat erbjudande och kommunikation som hjälper våra kunder att välja rätt lösning för olika praktiska behov.	<ul style="list-style-type: none"> - Sortimentsutveckling med nya smarta lösningar som hjälper våra kunder att minska sin miljöpåverkan. - Att guida våra kunder till rätt kvalitet efter behov, reservdelar, reparationer och goda råd för mer hållbar konsumtion. - Utfasning av skadliga ämnen i produkter. - Mindre och bättre förpackningar och emballage. - Kundkommunikation gällande CSR-frågor via olika försäljnings- och kommunikationskanaler.
Vi ska göra en skillnad i samhället genom att engagera oss för barn och ungdomars rättigheter.	<ul style="list-style-type: none"> - Långsiktigt samarbete med Rädda Barnen för att bidra till att förbättra barns villkor. - Implementering av de nya barnrättsprinciperna i Clas Ohlsons verksamhet. - Samhällsengagemang med stöd till kultur- och idrottsverksamhet för ungdomar i Insjön med omnejd.
Effektiv och långsiktigt hållbar varuförsörjning.	<ul style="list-style-type: none"> - Ökad användning av tåg vid transporter. - Ökad fyllnadsgrad. - Effektivare transportrutter och leveransscheman. - Transportpartners med bästa miljöprestanda.

Vårt arbete för mänskliga rättigheter

För Clas Ohlson är det viktigt att ta ansvar för och värna om människor och miljö som påverkas av vår verksamhet. Ansvaret i vår leverantörskedja innefattar att ställa krav och kontrollera, men också att utveckla långsiktiga relationer och stödja våra leverantörer i deras hållbarhetsarbete.

Vår leverantörskedja

Clas Ohlson är ett renodlat detaljhandelsföretag. Vi äger inga fabriker och vårt produktsortiment köps in från cirka 600 leverantörer och 700 tillverkare i 30 länder. 37 procent av våra produkter köps direkt från fabriker i Asien. Vid dessa direktinköp har vi större möjlighet att påverka, kontrollera och stödja tillverkarna i deras arbete att förbättra arbetsvillkor och arbetsmiljö.

Vårt arbete med att kontrollera och stödja våra leverantörer och tillverkare inriktas främst på produktion som sker i länder där det finns högre risk för avvikelser från vår uppförandekod.

Långsiktigt engagemang och samarbete

Vår ambition är att bidra till förbättringar av arbetsmiljö och arbetsvillkor för människor som deltar i produktionen av

produkter som vi köper från olika leverantörer och tillverkare. Vi har också ett ansvar för att produkterna har en så låg miljöpåverkan som möjligt under hela sin livscykel. Arbetet med att kontrollera och att åstadkomma förbättringar i vår leverantörskedja är ett långsiktigt och komplext arbete som kräver engagemang från hela vår organisation och från de leverantörer och tillverkare vi samarbetar med. Sedan införandet av vår uppförandekod 2005 och etableringen av vårt inköpskontor och CSR-avdelning i Shanghai 2008 och i Shenzhen 2010, har vi kommit närmare tillverkarna och tagit flera viktiga steg framåt i vårt arbete med att påverka, kontrollera och förbättra villkoren i vår leverantörskedja.

Integrerad del av verksamheten

I arbetet med socialt ansvar i leverantörskedjan arbetar vår inköpsavdelning och CSR-avdelning tillsammans för att väga in både ekonomiska och sociala aspekter vid val av samarbetspartners. De båda avdelningarna arbetar i samma administrativa inköpssystem och kan i sitt dagliga arbete ta del av och registrera information om våra tillverkares CSR-status, revisionsrapporter och förbättringsarbete som en viktig del i beslutsunderlaget vid inköp av olika produkter. Om en tillverkare har en allvarlig avvikelse som inte åtgärdas blir de spärrade i inköpssystemet tills dess att problemen åtgärdats.

Vår CSR-avdelning i Kina ansvarar för att kontrollera, bedöma och följa upp att Clas Ohlsons uppförandekod följs samt att utbilda och informera våra leverantörer och tillverkare i Asien. I arbetet ingår bland annat CSR-revisioner och att ge tillverkare stöd i deras arbete med förbättringar. Avdelningen bestod vid verksamhetsårets slut av CSR Manager Supply Chain, CSR-teamleader, administratörer och CSR-revisorer som arbetar med revisioner av tillverkare samt med information och utbildning på fabrikerna.

Utmaningar och möjligheter

Clas Ohlson har ett brett sortiment med cirka 15000 produkter som köps in från ett stort antal olika tillverkare. För många av tillverkarna är Clas Ohlson en liten kund som står för mindre än 5 procent av deras årliga omsättning.

På fabriker i Asien förekommer utmaningar av olika slag, bland annat för mycket overtidsarbete, brister i arbetsmiljön, bristfällig skyddsutrustning, inga eller svaga fackföreningar och manipulerade tidrapporter. Korruption, mutor och annat kan också försvåra kontrollarbetet. Vi gör både annonserade och oannonserade kontroller hos tillverkare.

Alla företag som direkt eller indirekt har verksamhet i Asien möter dessa utmaningar och kan på olika sätt bidra till att villkoren förbättras. Clas Ohlsons inriktning är att använda en kombination av egna CSR-revisorer och externa revisionsföretag. Att vår egen personal regelbundet besöker fabrikerna innebär att vi kan göra en helhetsbedömning, som även inkluderar arbetsvillkor, vid val av tillverkare. Många fabriker har flera internationella kunder som ställer krav och gör återkommande kontroller på fabriken, andra

Historik över Clas Ohlsons CSR-arbete

- 1998 Policy angående barnarbete införs.
- 2001 Miljöpolicy införs.
- 2004 Processen med utveckling och införande av vår uppförandekod påbörjas.
- 2005 Uppförandekod för leverantörer fastställs av styrelsen och offentliggörs.
- 2006 Arbetsmaterial för vårt systematiska CSR-arbete tas fram, fastställs och testas.
- 2007 Våra första externa CSR-revisioner genomförs.
- 2008 Etablering av egen CSR-organisation i Shanghai.
- 2009 Utökad antal revisioner och fördjupat samarbetet med leverantörer gällande vår uppförandekod.
- 2010 Antikorruptionsektion införs i vår uppförandekod.
- 2011 Inköpskontor i södra Kina med CSR-revisorer.
- 2012 Clas Ohlson genomför utbildningsinsatser för migrantarbetare och unga arbetare tillsammans med Rädda Barnen.



north SAVE energy
LIGHT

Solcellsbelysning med rörelsevakt. Energibesparande teknik - sparläge och full ljusstyrka som aktiveras av rörelsevakten. Lyser extra starkt. Rostfritt stål. IP44.
36-5185

har mer begränsad erfarenhet eftersom det tidigare var sällsynt att köpare ställde tydliga krav och genomförde CSR-revisioner. Att köpande företag gemensamt ställer krav på förbättrade villkor för människor och miljö är en positiv utveckling som kan ge ännu större effekt genom att försöka harmonisera de olika verktyg och metoder som används. Clas Ohlson är medlem i organisationen CSR Asia vilket ger oss möjlighet att utbyta erfarenheter med andra köpare. Vi samarbetar också med Save the Children's Centre for Children's Rights and Corporate Responsibility i Kina för att bidra till att förbättra villkoren för migrantarbetare och unga arbetare (över 16 år) (läs mer om samarbeten på sidan 32).

Som en del i detta arbete, och i linje med FN:s globala initiativ för att bekämpa korruption, UN Global Compact, har vi under verksamhetsåret genomfört fördjupad utbildning om affärsetik, fri konkurrens, korruption och mutor internt i företaget.

Affärsetik

Clas Ohlson verkar för att upprätthålla höga affärsetiska normer, verkar för fri konkurrens, samt accepterar inte erbjudanden om eller betalning av mutor eller otillbörliga förmåner samt åtar sig att följa gällande lagar och förordningar. Som företag och inköpare av varor och tjänster har vi möjlighet och skyldighet att ställa krav på affärsetik, både på oss själva och på dem vi samarbetar med och våra riktlinjer avseende affärsetik är en integrerad del i Clas Ohlsons

uppförandekod. Att vårda och visa respekt för människor och miljö samt att bedriva affärsverksamhet med ett högt mått av etik, integritet och hederlighet är en hörnsten i Clas Ohlsons företagskultur, värderingar och agerande. Under verksamhetsåret har utbildningsinsatser anordnats för alla koncernfunktioner och medarbetare med inköpsansvar.

Utbildning

Fortsatta utbildningsinsatser har gjorts under året för att ge en grundläggande CSR-utbildning för alla anställda i företaget. Utbildningen skapar en gemensam grund inom företaget, beskriver de olika delar som Clas Ohlsons CSR-arbete innefattar och hur var och en kan bidra till att nå våra hållbarhetsmål. Vår inköpsavdelning utbildas löpande om CSR och vårt arbete i vår leverantörskedja och inköparna deltar vid revisioner varje år, vilket ger dem ökad kunskap och erfarenhet kring processen och insikt hur de som inköpare kan bidra till förbättringsarbetet.

Under året har våra CSR-revisorer genomgått extern miljöutbildning, introduktion till CSR-standarden SA8000 samt seminarier om arbetsrätt. Utbildning har också skett ute på fabrik för att få utökad kunskap om olika produktionsprocesser, koldioxidutsläpp samt ökad kunskap om särskilda behov och villkor för unga arbetare (över 16 år).

Varje år arrangerar vi utbildning i Hongkong, Taipei och Shanghai för våra agenter om vårt CSR-program och vår uppföljning i leverantörskedjan. Våra agenter, som bistår oss vid direktinköp i Asien, deltar också vid revisioner för att öka sin kunskap och bli delaktiga i arbetet.

Våra verktyg och processer

Uppförandekoden

Clas Ohlsons uppförandekod innehåller de krav vi ställer på oss själva och på våra leverantörer och tillverkare gällande bland annat arbetsvillkor, arbetsmiljö, antikorruption och miljöpåverkan.

I koden hänvisar vi till internationella konventioner samt nationell lagstiftning och regler. Kraven i koden baseras på FN:s deklaration om mänskliga rättigheter och barns rättigheter och ILO:s kärnkonventioner.

Koden bygger på OECD:s riktlinjer för multinationella företag och följer också FN:s 10 principer (UN Global Compact) för mänskliga rättigheter, arbetsrätt, miljö och antikorruption. FN:s principer har under året kompletterats med en djupare beskrivning av affärsprinciper för barns rättigheter där varje företag har ett ansvar att beakta barns rättigheter och villkor i alla delar av verksamheten.

Våra krav i koden innefattar bland annat att:

- vi inte tillåter barnarbete eller tvångsarbete.
- anställda inte får diskrimineras på grundval av personliga karaktärsdrag eller övertygelse.
- arbetarnas hälsa och säkerhet ska prioriteras på arbetsplatserna, till exempel att ändamålsenliga skydd används, att utrustning och byggnader är säkra.
- farliga substanser och farligt avfall ska hanteras på ett säkert sätt.
- anställda ska ha acceptabla arbetsvillkor, bland annat vad gäller lön och arbetstider.

Koden finns tillgänglig på svenska, norska, finska, engelska, mandarin, vietnamesiska, koreanska och japanska och kan läsas i sin helhet på Clas Ohlsons hemsida för finansiell information (<http://om.clasohlson.com>).

Krav på leverantörer och tillverkare

Alla våra leverantörer och tillverkare måste underteckna vår uppförandekod. Leverantörerna är i sin tur ansvariga för att deras leverantörer och tillverkare följer vår kod.

Sedan införandet av vår uppförandekod har ett antal leverantörer, som av olika anledningar valt att inte skriva under koden, inte kvalificerat sig för att bli samarbetspartner till Clas Ohlson. Om våra samarbetspartner trots diskussioner och försök inte ger oss tillträde till revision eller är villiga att arbeta med förbättringar avbryter vi samarbetet med dem (läs mer på sidorna 33-34).

De tillverkare som har en engagerad företagsledning och ett gediget ledningssystem för bland annat uppföljning, kontroll och dokumenthantering är generellt bäst på att uppfylla kraven i uppförandekoden.

Bedömning och kontroll av nya fabriker

Innan Clas Ohlson köper in produkter direkt från en ny leverantör eller tillverkare i Asien besöker en representant för företaget fabriken för att göra en initial bedömning av olika CSR-aspekter utifrån våra krav. Fabriken måste också underteckna vår uppförandekod.

För att identifiera eventuella brister arbetar vi också med självvärderingar där tillverkaren fyller i ett omfattande frågeformulär om förhållandena på fabriken beträffande arbetsmiljö, arbetsvillkor och miljö. Den mest omfattande kontrollen görs vid revisioner, då våra egna eller externa revisorer går igenom tillverkningsanläggningen, intervjuar personalen och tar del av olika dokument. Det är Clas Ohlson som bekostar revisionerna hos våra tillverkare (hur en revision går till finns beskrivet på sidan 35).

Kraven i koden baseras på:

- FN:s konvention om mänskliga rättigheter.
- FN:s konvention om barns rättigheter (1989).
- ILO:s konvention om minimiålder för tillträde till arbete (nr 138, 1973).
- ILO:s konvention om förbud mot och omedelbara åtgärder för avskaffande av de värsta formerna av barnarbete (nr 182, 1999).
- ILO:s deklaration om grundläggande principer och rättigheter i arbetet (1998).

Fokusområden	Vad vi har gjort 2012/13	Vad vi vill uppnå 2013/14
<ul style="list-style-type: none"> • Förbättra villkoren för människa och miljö hos våra leverantörer och tillverkare 	<ul style="list-style-type: none"> • Deltagande i organisationen CSR Asia med samverkan med andra detaljhandelsföretag som verkar i regionen. • Utvecklad organisation, processer och verktyg för att följa upp att vår uppförandekod efterlevs och att åstadkomma förbättrade arbetsvillkor. • Ökad andel externa revisioner via tredje part som ett komplement i granskningsarbetet. • Fördjupat samarbete med viktiga tillverkare och med målet att reducera antalet tillverkare. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ökat fokus på miljöfrågor hos våra tillverkare genom utbildningsinsatser för fabriksledningar samt för våra egna CSR-revisorer. • Fördjupat samarbete med viktiga tillverkare och leverantörer för att lyfta och premiera dem i deras CSR-arbete. • Ökade insatser för att stödja tillverkarnas CSR-arbete gentemot underleverantörer. Utökade CSR-revisioner hos våra leverantörers underleverantörer. • Förbättrad "hotline" för rapportering av avvikelser på fabriker genom nya kanaler som når fler fabriksarbetare.
<ul style="list-style-type: none"> • Utvidga vårt arbete med information och utbildning hos tillverkare. 	<ul style="list-style-type: none"> • Våra revisorer har informerat och utbildat fabriksledningar inom områden för hälsa och säkerhet, Human Resources och miljö. • Utbildningsinsatser för migrantarbetare och unga arbetare genom samarbete med Rädda Barnens CSR-center i Kina 	<ul style="list-style-type: none"> • Fortsatta utbildningsinsatser för både nya och befintliga tillverkare gällande vår uppförandekod och de krav vi ställer. • Utbildning för tillverkare gällande de nya affärsprinciperna för barns rättigheter. • Utökade utbildningsinsatser för migrantarbetare och unga arbetare på fabriker i Asien. • Att utveckla ett nytt utbildningsprogram för fabriksarbetare och fabriksledningar gällande hälsa och säkerhet samt arbetsplatsdialog.
<ul style="list-style-type: none"> • Kontinuerligt utbilda vår inköps- och CSR-organisation. 	<ul style="list-style-type: none"> • Under året har våra CSR-revisorer deltagit i utbildning gällande ISO14000, OHSAS1800, Energy Saving och Job hazardous assessment. 	<ul style="list-style-type: none"> • Kontinuerlig vidareutbildning av våra CSR-revisorer. • Förstärkt kompetens inom miljöområdet.
<ul style="list-style-type: none"> • Samarbete med andra företag och organisationer för att kunna påverka och förbättra ännu mer. 	<ul style="list-style-type: none"> • Deltagande i CSR Asia. • Samarbete med Rädda Barnen i Kina (CCR CSR). • Deltagande i olika forskningsstudier inom CSR-området, bland annat inom Lunds Universitet. 	<ul style="list-style-type: none"> • Utvärdera möjligheten att samverka med andra företag och organisationer när det gäller revisioner för att få ökad effektivitet och ökade möjligheter att påverka. • Utökad intressentdialog i de länder där vi är verksamma. • Fördjupat långsiktigt samarbete med Rädda Barnen.
<ul style="list-style-type: none"> • Förbättrad kommunikation både internt och externt. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ökad CSR-information på Clas Ohlsons hemsida. • CSR-utbildning för all personal (maj/juni 2012). • Deltagande i Sustainable Brands Image Survey – utsedd till Branschbäst 2012 och 2013. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ökad kundkommunikation om CSR via alla kanaler; butik, e-handel, katalog, telefon och marknadsföring. • Utvecklat samarbete med Rädda Barnen och att genomföra kampanjer för att ge barn i Nepal möjlighet att gå i skola. • Kontinuerlig CSR-information till våra medarbetare via våra interna informationskanaler.

Förebyggande och utbildande arbete

En del tillverkare har från början bristande kunskaper om vilka krav och regler de måste följa eller hur de ska gå tillväga för att uppfylla dem. Under revisionerna informerar våra revisorer tillverkarna om våra krav och vilka områden de måste förbättra. Vi har tagit fram utbildningsmaterial inom områdena hälsa och säkerhet, Human Resources och miljö som ska verka som ett stöd i tillverkarens strävan att förbättra sin verksamhet. Under året har vi genomfört 71 utbildningstillfällen hos tillverkare i Asien.

Även om Clas Ohlson många gånger är en liten kund hos våra leverantörer, är de allra flesta positiva till att bli reviderade och villiga att arbeta för att förbättra eventuella brister. Men det händer att vi möter tillverkare som av olika anledningar inte är beredda att ge oss tillträde för revisioner eller som inte är intresserade att inom givna tidsramar arbeta med de förbättringar som krävs. Om vi trots försök och diskussioner inte kan förmå dem att ändra sitt ställningstagande, avslutar vi vårt samarbete med dem.

Återkommande revisioner

Vi gör återkommande revisioner hos våra aktiva tillverkare som revideras minst vartannat år. Under verksamhetsåret genomförde vi 409 revisioner, både initiala och återkommande. Våra egna revisorer utförde 380 revisioner och 29 externa revisioner gjordes av oberoende revisionsföretag specialiserade på socialt ansvarstagande och mänskliga rättigheter.

En revision tar normalt 1-2 dagar, beroende på fabriken storlek och antal anställda. Revisorerna går igenom fabriken lokaler, intervjuar anställda och kontrollerar dokument. Revisionen dokumenteras i en rapport. Om vi finner avvikelser mot vår kod upprättas en handlingsplan med information om de åtgärder fabriken måste vidta inom en angiven tidsram (läs mer under "Så går en revision till" sidan 35).

Bedömning av CSR-nivå

Våra tillverkarens CSR-nivå bedöms enligt en färgskala:

- Grön – Uppfyller kraven i vår uppförandekod
- Gul – Funnit avvikelser mot koden
- Orange – Funnit högriskavvikelser mot koden
- Röd – Funnit nolltoleransavvikelser mot koden

Anmärkningar och förbättringar

Flest anmärkningar vid våra revisioner finner vi inom området för hälsa och säkerhet, till exempel brister i användning av skyddsutrustning, evakuering och brandskydd samt inom löner och arbetstider, till exempel för mycket övertid eller brister i medarbetarnas tillgång till sociala försäkringar. Flest förbättringar har under året skett inom hälsa och säkerhet. Allmänna förbättringar gällande löner och arbetstider tar längre tid att uppnå. Frågan är komplex och kräver ett långsiktigt arbete där både köpare och tillverkare av varor i Asien i samråd med myndigheter och ideella organisationer måste verka för att gemensamt hitta hållbara lösningar. Eftersom många tillverkare har en CSR-nivå med färgkoden gul, med olika avvikelser, kommer vi framöver att verka för att höja tillverkarens nivå på väg mot grönt, dvs. helt utan avvikelser för att kunna målsätta och att fördjupa samarbetet med strategiskt viktiga tillverkare som har en positiv utveckling av sitt CSR-arbete.



Laseravståndsmätare Cotech. Noggrann, snabb och enkel avståndsmätning. Exakta resultat även på små måtytor och långa avstånd (upp till 40 m).
40-8786

GRI (Global Reporting Initiative)

2009 införde Clas Ohlson GRI - den globala redovisningsstandarden för hållbarhetsarbete - vilket ska göra det lättare för omvärlden att följa vårt hållbarhetsarbete. Införandet av GRI har också skapat värde för Clas Ohlson genom det ramverk, med väl definierade nyckeltal, som kan användas för att målsätta och följa upp resultat inom utvalda områden.

Redovisning av avvikelser och vidtagna åtgärder

I tabeller på sidan 34 redovisas utvalda nyckeltal inom området mänskliga rättigheter.

HR4 Icke-diskriminering

Under årets revisioner har inga fall av diskriminering påträffats. Tidigare år har vi identifierat fall av diskriminering som bland annat gällt avsaknad av policy mot diskriminering eller att man i anställningsannonser ställt krav på ålder och/eller kön på den sökande. Clas Ohlson har i dessa fall krävt att policy mot diskriminering ska införas och att annonserna ska ändras.

HR5 Föreningsfrihet och rätten till kollektivavtal

Vi har funnit 15 fall av anmärkningar gällande begränsningar i föreningsfrihet och rätten till kollektivavtal. Vi har ställt krav på att dessa leverantörer ska införa system som undanröjer detta hinder. Generellt är föreningsfrihet något som är ett stort problem i Asien och utgör ett stort och viktigt utvecklingsområde som kräver samverkan mellan tillverkare, köpande företag, ideella organisationer och myndigheter.



Skyddsmask med kolfilter 3M 4255. 4 olika filter i ett skydd. Skyddar mot partiklar och vid sprutmålning, arbete med lösningsmedel, hartser, lack m.m. 2 stora kolfilterelement för minskat andningsmotstånd. 2 justerbara nackband. Klass FFA2P3 R D. Norm EN 405:2001 + A1:2009. **40-8054**

HR6K Barnarbete (under 16 år)

Vi har funnit två fall av barnarbete vid våra revisioner under året. I dessa två fall som upptäckts vid revisioner i Kina har barnen varit 15 år (i Kina krävs en uppnådd ålder på minst 16 år för att få börja arbeta). När vi påträffar arbetare som inte uppfyllt lagstadgad ålder, försöker vi tillsammans med barnet och föräldrarna och fabriken hitta den lösning som är bäst för barnet.

I ytterligare 15 fall har fabriker inte haft tillfredställande dokumentation med ID-handlingar för att kunna fastställa medarbetarnas ålder (utan misstanke om barnarbete vid revisionstillfället) och i ett fall har fabriken inte upprättat en policy mot barnarbete. I dessa fall har Clas Ohlson krävt att företagen ska införa policy mot barnarbete och rutiner för att upprätthålla register med ID-handlingar.

HR7 Tvångsarbete

Under verksamhetsåret har vi funnit ett fall av tvångsarbete. Vid denna incident gällde det en fabrik som endast betalade ut lön till arbetarna tre gånger per år. Clas Ohlson har ställt krav på att denna allvarliga avvikelse åtgärdas snarast och att fabriken inför policy och rutiner för att förhindra tvångsarbete. Avvikelserna har åtgärdats enligt våra krav.

Status efter gjord CSR-revision per verksamhetsår

År	07/08	08/09	09/10	10/11	11/12	12/13
Grön		14	11	4	11	8
Gul	24	296	332	300	438	314
Orange			50	82	109	63
Röd	14	49	51	40	59	24
Totalt	38	359	444	426	617	409

Status per aktiva tillverkare 2013-04-30

Status	Grön	Gul	Orange	Röd
Procent andel	11 %	88 %	1 %	0 %

Avvikelse baserade på GRI-indikatorer efter genomförda revisioner:

GRI-indikatorer	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	Totalt
HR4K Icke diskriminering	16	15	20	6	0	57
HR5K Föreningsfrihet och rätten till kollektivavtal	29	9	7	17	15	78
HR6K Barnarbete	1	1	6	12	2	23
HR7K Tvångsarbete	5	2	0	0	1	8

Ordlista och förklaring av begrepp

CSR (Corporate Social Responsibility)

CSR innebär att företag, på egna initiativ, visar upp ett aktivt engagemang och ansvar i samhällsutvecklingen. I begreppet ingår bland annat företagets sociala ansvarstagande, miljöansvar och personalpolitik.

Uppförandekod (Code of Conduct)

En uppförandekod är riktlinjer som beskriver hur företaget ska bedriva sin verksamhet etiskt, socialt och miljömässigt. De bygger ofta på olika internationella avtal, som FN- och ILO-konventioner, nationell lagstiftning och regler. Kraven kan också gälla leverantörers och tillverkares produktion. Med hjälp av en uppförandekod vill företaget försäkra sig om att produkterna är tillverkade under goda arbetsförhållanden.

GRI (Global Reporting Initiative)

Global redovisningsstandard för hållbarhetsarbete. Infördes 2009 hos Clas Ohlson.

Leverantör

Företag som får vår order.

Tillverkare (fabrik)

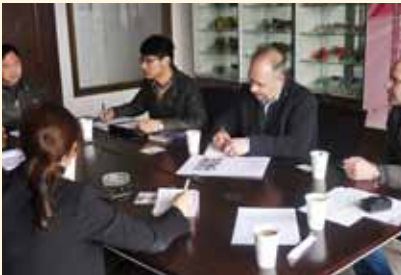
Företag som tillverkar våra produkter.

Agenter

Leverantörer i Asien som vi samarbetat länge med och som köper produkter från andra leverantörer och tillverkare i Asien.

Läs mer

Vår fullständiga uppförandekod finns att läsa på vår hemsida <http://om.clasohlson.com>, där du även kan läsa mer om Clas Ohlsons arbete för mänskliga rättigheter.



Så går en CSR-revision till

På Clas Ohlsons CSR-avdelning i Shanghai och Shenzhen arbetar 6 revisorer med att kontrollera förhållandena på fabriken. Clas Ohlson utför både interna revisioner med egna revisorer och externa revisioner genom oberoende organisationer.

En revision består av följande delar

- Revisionen inleds med att vår revisor håller ett öppningsmöte tillsammans med ägaren av fabriken eller en person i ledande befattning. Vid detta möte informerar vi om Clas Ohlson, vad en revision innebär och olika hållpunkter för dagen, revisorn samlar in information om fabriken och man går igenom de dokument som fabriken behöver ta fram för granskning.
- Därefter görs en visuell besiktning av fabriken och dess lokaler, inklusive matsalar och eventuella bostäder.

Några av de saker vi tittar på är:

- Hälsa och Säkerhet.

- Brandsäkerhet (till exempel brandutrustning, utrymningsvägar, nödutgångar, brandövningar).
- Skyddsutrustning för arbetare, till exempel skyddshandskar, öronproppar.
- Ventilation, ljud och ljus.
- Dricksvatten.
- Toaletter.
- Matsal och kök (till exempel hygien och certifikat).
- Första hjälpen-utrustning.
- Elektriska ledningar och kablar.
- Maskiner utrustade med säkerhetsanordningar.

- Om fabriken tillhandahåller bostäder till arbetarna.

- Antal personer per rum.
- Personligt utrymme.
- Toaletter.
- Könnssegregerade rum.
- Brandsäkerhet (till exempel brandutrustning, utrymningsvägar, nödutgångar).
- Ventilation och ljus.
- Hygien och säkerhet.

- Dokument ute i produktion och andra fastigheter.

- Certifikat och licenser.
- Policy.
- Närvarolistor.
- Förekomst av böter eller andra disciplinära åtgärder.

- Barnarbete.

- Uppmärksammar och kontrollerar unga arbetare.

- Miljö.

- Rapport om fabriken miljöpåverkan och risker.
- Relevanta dokument och certifikat
- Farliga substanser och avfall är märkta och hanteras på ett säkert sätt.
- Tillgång till MSDS (Material Safety Data Sheet).
- Utbildning och hälsoundersökning för personer som arbetar med farliga substanser.
- Återvinningshantering.
- Vattenrening, luftrening.

- I nästa fas kontrolleras dokument, till exempel lönelistor, tidrapporter, ID-kort, arbetskontrakt samt olika typer av certifikat och licenser.
- Därefter görs intervjuer med anställda på fabriken. Intervjuerna är frivilliga och konfidentiella, och det är viktigt att skydda den enskilde arbetaren.
- Besöket avslutas med ett avslutningsmöte där fabriksledningen informeras om vad som kommit fram under revisionen. Om det finns avvikelser diskuterar vi gemensamt vilka förbättringar som måste göras och när de ska vara åtgärdade.
- Senare görs en efterkontroll att fabriken lever upp till revisionens förbättringskrav. Kontrollen görs antingen av Clas Ohlsons egna representanter eller av en oberoende organisation. Vi förbehåller oss också rätten att göra både annonserade och oannonserade revisioner hos våra tillverkare. Revisionerna bekostas av Clas Ohlson.

Våra medarbetare och vår värdegrund

Engagerade och målinriktade medarbetare är kärnan i vårt varumärke och grunden för vår fortsatta expansion och utveckling. Vår värdegrund, som bygger på handlingskraft, engagemang, nytänkande och värme, är basen för vårt sätt att arbeta och hur vi gemensamt värnar om våra kunder och strävar mot uppsatta mål.

Nyckeln till vår fortsatta expansion i Europa är att vi lyckas behålla, utveckla och attrahera kvalificerade och engagerade medarbetare, i våra olika yrkesroller och marknader.

Det gör vi genom att vara en modern, lyhörd och spännande arbetsgivare, som erbjuder en jämställd och hälsosam arbetsmiljö, utmanande arbetsuppgifter, löpande kompetensutveckling, bra arbetsvillkor och internationella karriärmöjligheter.

Clas Ohlson-andan går på export

En av våra största utmaningar är att förankra och utveckla vår värdegrund. Att föra ut Clas Ohlson-andan i hela vår internationella verksamhet. Att förstå och ta vara på kulturskillnader, uppmuntra frekvent utbyte mellan länder och medarbetare och att sätta upp tydliga åtgärder och mål.

Vår värdegrund är kompassen för allt arbete inom koncernen och ledstjärnan för hur vi förhåller oss till och kommunicerar med våra kunder. I den tillväxtfas vi befinner oss i, är det extra viktigt att värdegrunden är tydlig, levande och närvarande i vårt dagliga arbete. Detta för att våra medarbetare och kunder i Sverige, Norge, Finland, Storbritannien och Kina ska få en gemensam bild och upplevelse av Clas Ohlson.

Kärnan i vår värdegrund är handelsmannaskap. Vi gillar att göra affärer, alltid med kundens bästa för ögonen. Handelsmannaskapet vilar på fyra hörnstenar:

Handlingskraft

Handlingskraft är glädjen, viljan och förmågan att skapa resultat. Att förvandla problem till lösningar och ord till handling.

Värme

Värme är vänligheten, omtanken och serviceviljan vi utstrålar i varje kundkontakt, mellan medarbetare och med våra leverantörer.

Engagemang

Engagemang är att varje medarbetare får, och tar, personligt ansvar. Alla inom företaget, oavsett roll och ansvarsområde, är viktiga för att vi ska nå våra mål.

Nytänkande

Nytänkande är att vara kreativ, innovativ och nyfiken. Att hela tiden söka nya möjligheter, produkter och lösningar är en viktig del i Clas Ohlson-andan.

Mångfald och jämställdhet

Alla medarbetare inom Clas Ohlson ska ha samma rättigheter, möjligheter och skyldigheter. Vi ser mångfald som en naturlig spegling av samhället vi lever i och en nödvändighet för vår fortsatta tillväxt. Arbetet med mångfald och jämställdhet ska ingå i all verksamhet och ingen får diskrimineras på grund av kön, ålder, religion, etnisk bakgrund, funktionshinder eller sexuell läggning. Ett av målen är att inget kön ska ha lägre andel än 40 procent inom respektive yrkeskategori, vilket bland annat uppnås genom riktad kompetensutveckling i kombination med prioritering av en jämn könsfördelning vid rekrytering.

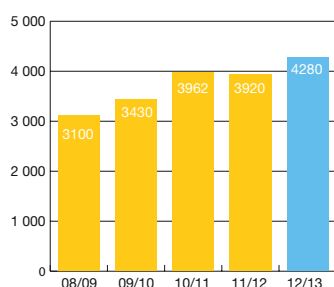
Under verksamhetsåret var 43 procent av företagets medarbetare kvinnor (42 procent 2011/12). Andelen kvinnor i styrelsen var 38 procent (38 procent 2011/12) och i koncernledningen 20 procent (20 procent 2011/12). Av landschefer och ledande befattningshavare var 25 procent kvinnor (25 procent 2011/12). Den 30 april 2013 var 47 procent av vår personal yngre än 30 år och 10 procent äldre än 50.

Kompetensutveckling

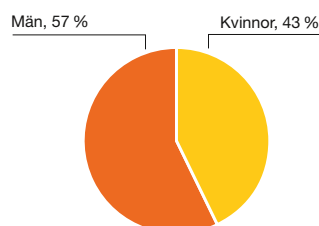
Affärsinriktad kompetensutveckling är avgörande för vår fortsatta tillväxt och för att öka medarbetarnas engagemang, motivation och trivsel.

Nyanställda inom koncernen genomgår "Insjökolning", en grundutbildning i Insjön för att lära känna Clas Ohlsons företagskultur och värdegrund. Därefter genomförs löpande utbildning inom alla yrkeskategorier och på alla nivåer. Det senaste året har våra medarbetare deltagit i utbildning motsvarande ca 10 timmar/person, inkluderat interaktiva utbildningar via Clas Ohlsons digitala lärportal.

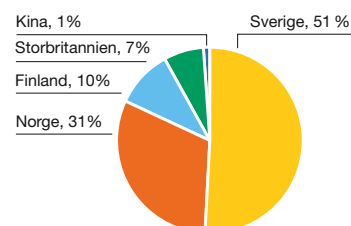
Totalt antal anställda



Antal anställda, män/kvinnor



Medarbetare per land





Från Lund till London på knappt två år

Redan hösten 2010, när Sophia Bonnevier Dudzik började Clas Ohlsons traineeprogram i Insjön, var målet att jobba utomlands. Några veckor efter avslutat program landade hon på Heathrow, redo för sitt första projekt som verksamhetsutvecklare på Clas Ohlson UK i Kingston-upon-Thames sydväst om London.

Att Sophia hamnade i London är långt ifrån en slump.

- Jag och min mentor hade en öppen dialog under hela traineeprodukten. Bland annat hjälptes vi åt att lägga upp en långsiktig plan, där organisationens behov och mål matchades med mina personliga egenskaper och ambitioner. I planen fanns jobb utomlands som ett delmål.

Under 18 månader som trainee hann Sophia lära känna stora delar av verksamheten, från butik och kundservice till inköp, sälj- och affärsutveckling.

- Ända sedan jag som 16-åring började jobba i en chokladbutik i Lund har jag älskat kundmöten, där jag får serva, sälja och prata med människor. Den känslan har förstärkts under tiden på Clas Ohlson och därför känns det extra roligt att få vara med och utveckla vår sälj- och marknadskommunikation.

Verksamhetsutveckling med variation

Sophia är inblandad i utvecklingsprojekt inom flera olika områden på den brittiska marknaden, exempelvis utveckling av produktsortiment, butiksmiljöer, sälj- och kommunikationsstrategier.

- Vi jobbar ambitiöst, drivet och målinriktat. Samtidigt är det högt i tak. Vi sporrar och utmanar varandra, delar kunskap och erfarenheter, bollar idéer och har en jämlik och skön gemenskap. Jag stormtrivs!

Variation i vardagen är något som tilltalar Sophia starkt.

- Jag är mer generalist än specialist och föredrar därför att kunna lite om mycket, att se helhet och sammanhang, vilket Clas Ohlson har läst av, respekterat och tagit vara på. Det gör att jag växer, känner förtroende och får jobba med det jag brinner för, vilket verksamheten tjänar på i längden.

Bra balans mellan karriär och privatliv

Sophia återkommer ofta till Clas Ohlsons unika företagskultur och arbetsmiljö.

- Jag upplever att arbetsklimatet och ledarskapet är ovanligt flexibelt och tillåtande. Det finns ett långsiktigt tänk. Även juniorer som jag får komma till tals. Företaget respekterar också att familje- och privatlivet måste få utrymme i vardagen, vilket skapar bra balans och inre trygghet.

Sist men inte minst sätter Sophia fingret på en annan sak som gör att jobbet på Clas Ohlson aldrig känns monotont och enahanda.

- Kombinationen av modern, expansiv koncern och en nästan 100-årig handelstradition skapar en härlig dynamik och fantastiska möjligheter att vara med och förändra och påverka.

Efter avslutat traineeprogram känner Sophia att hon hittat rätt miljö och utmaning som verksamhetsutvecklare i Storbritannien.

Koncernfakta:

	Butik	Butikschefer	Tjänstemän	Övriga chefer	Lager	Kvinnor	Män	Totalt
Totalt antal utbildningstimmar	27 292	6 553	4 059	2 200	1 225	17 720	23 609	41 329
Genomsnitt per anställd	9	38	9	22	3	9	10	10

Antal anställda*	Sverige	Norge	Finland	UK	Kina	Totalt
Butik	1 302	1 224	344	266	-	3 136
Distributionscentral	377	-	-	-	-	377
Tjänstemän	500	116	63	34	54	767
Totalt	2 179	1 340	407	300	54	4 280
- varav kvinnor, %	43	39	55	52	63	43
- varav tillsvidareanställda, %	87	86	97	94	4	87
- varav heltid, %	58	44	44	28	100	51

Genomsnittlig anställningstid i företaget, år*	Sverige	Norge	Finland	UK	Kina	Totalt
Tjänstemän	7,6	8,6	5,0	3,0	4,0	7,1
Butik/distributionscentral	7,1	3,6	2,0	1,9	-	4,9

Genomsnittlig sjukfrånvaro, %	Sverige	Norge	Finland	UK	Kina	Totalt
Total sjukfrånvaro	5,9	6,0	4,2	2,0	0,6	5,4
- långtidssjukfrånvaro	2,5	2,7	0,3	0,4	0,2	2,2
- kvinnor	7,2	7,8	5,2	2,3	0,8	6,6
- män	4,9	4,8	3,4	1,7	0,2	4,5

* 2013-04-30

Hälsa

Clas Ohlson ska erbjuda en hälsosam arbetsmiljö, där medarbetarna mår fysiskt och psykiskt bra samt känner tillit, gemenskap och trygghet. Under verksamhetsåret uppgick personalomsättningen till 17,9 procent (inklusive deltidsanställda) jämfört med 18,4 procent 2011/12. Den totala sjukfrånvaron uppgick till 5,4 procent varav 2,2 procentenheter var frånvaro längre än 14 dagar. Vi jobbar aktivt och förebyggande för att förbättra våra hälsotal, bland annat genom satsningar på utbildning och friskvård.

Ledarskap

Som ledare på Clas Ohlson förväntas du förena gott medarbetarskap med ett tydligt, målinriktat och engagerat ledarskap, baserat på vår värdegrund. Våra ledare spelar en avgörande roll i att ta fram entreprenörerna i var och en. Att skapa en kultur där vi ständigt är lyhörda för möjligheter att utveckla verksamheten med utgångspunkt från vårt handelsmannaskap, fokus på kunden och att göra goda affärer.

Rekrytering

All rekrytering sker i linje med vår tillväxtstrategi och med strävan efter jämställdhet och mångfald. Rekryteringen sker både externt och internt med målsättningen att i första hand rekrytera internt där kompetensen finns. Clas Ohlson uppmuntrar medarbetare att anta nya utmaningar inom koncernen.

Under det gångna året ökade personalstyrkan med 360 personer, varav 276 är tillsvidareanställda.

Ersättning

Clas Ohlson ska erbjuda en konkurrenskraftig ersättning, i linje med våra ersättningsprinciper, lokala förordningar samt gällande kollektivavtal och arbetslagstiftning. Ersättningen ska utgå från yrkesroll, ansvar, prestation, kompetens och resultat. Den fasta lönen justeras årligen utifrån gällande kollektivavtal, i förhållande till medarbetarens utveckling och det allmänna marknadsläget. Därutöver erbjuds lokalt anpassade förmåner som exempelvis friskvårdsbidrag, personalrabatter och löneutfyllnad under föräldraledighet.

Nöjd medarbetarindex

Den 30 april 2013 uppgick antalet medarbetare inom koncernen till 4280 varav 3716 (87 procent) var tillsvidareanställda. Av dessa är 54 procent heltidsanställda. I vår årliga medarbetarundersökning i Sverige, Norge, Finland, Storbritannien och Kina deltog 85 procent (84 procent 2011/12) av personalen. NMI (nöjd medarbetarindex) för koncernen blev 76 procent (74 procent 2011/12) vilket vid en extern jämförelse står sig väl mot andra företag.

Undersökningen visar bland annat att merparten av våra medarbetare är stolta att arbeta inom Clas Ohlson och känner sig delaktiga i beslut som fattas. Förtroendet för chefer och ledning är i genomsnitt starkt och vårt arbete med mångfald, likabehandling och jämställdhet får höga betyg i undersökningen.

Medarbetarundersökningen är en bra grund både för hur vi kan utveckla ledarskapet inom koncernen och för vårt arbete med att stimulera och motivera våra medarbetare.

Aktiviteter och insatser under året som gått

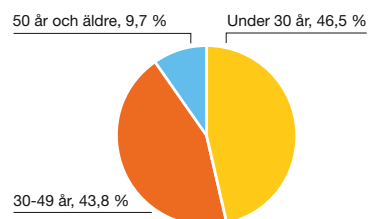
Följande är en kort sammanfattning av viktiga händelser, insatser och aktiviteter inom HR- området under verksamhetsåret 2012/13:

- Fortsatt förankring av vår värdegrund, med målet att alla medarbetare i hela organisationen ska förstå vår historia och företagskultur och bidra till att utveckla Clas Ohlson-andan.
- Fortsatt fokus på kompetensutveckling inom handelsmannaskap och ledarskap.
- Genomfört koncerngemensam ledarutbildning för chefer, övriga nyckelpersoner och ledartalanger.
- Slutfört andra omgången av vårt traineeprogram. Nytt traineeprogram startas hösten 2013.
- Fortsatt utveckling av vår interaktiva lärportal (LMS), bland annat med ökat utbud av kurser och utbildningar.
- Uppföljning av medarbetarundersökningen, NMI 2012 (nöjd medarbetarindex), samt upprättande av handlingsplaner inom respektive arbetsgrupp.

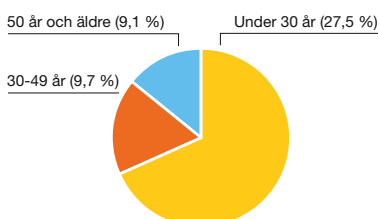
En ung organisation

En stor del av våra medarbetare är yngre än 30 år. Det är naturligt eftersom många av medarbetarna i våra butiker arbetar deltid. Vanligt förekommande är studerande som arbetar under helger och kvällar i någon av Clas Ohlsons butiker.

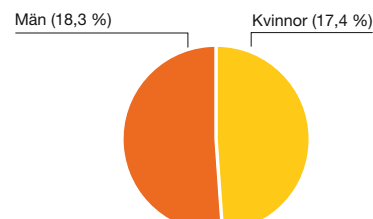
Åldersfördelning, Clas Ohlson koncern



Personalomsättning*



Personalomsättning, män/kvinnor*



* Nuvarande statistik avser fast anställd personal (enligt GRI) och inkluderar även deltidsanställda medarbetare.



Satsning på reservdelar – Clas Ohlson gillar slit men inte släng!

En viktig del i Clas Ohlsons servicekoncept är vår egen verkstad och stora sortiment av reservdelar med över 9000 artiklar som gör det möjligt att förlänga livslängden på olika produkter. Här finns allt från urverk till drivremmar och kaffekannor.

Hittills har endast en mindre andel av våra kunder känt till att vi erbjuder både reservdelar och en egen verkstad dit man kan vända sig för att få hjälp att laga produkter.

”Många kunder blir positivt överraskade när de får höra att vi erbjuder både reservdelar och verkstadstjänster och kan förlänga livslängden på en favoritprodukt, allt från maskiner, verktyg och elektronik till hushållsprodukter, multimedia och fritid. Det handlar både om service och om hållbarhet, det vill säga att hushålla med resurser och inte slänga saker i onödan”, säger Sven-Åke Östberg, kundtjänstchef på Clas Ohlson.

En viktig del av Clas Ohlsons nya e-handelssatsning är möjligheten att visa upp det stora utbudet av reservdelar i anslutning till de olika produkterna. Här kan man som kund också söka reservdelar till produkter som inte längre finns kvar i sortimentet – något som är mycket uppskattat inte minst när det gäller lite dyrare maskiner och verktyg. Och som stöd finns också ett stort kunnande inom Clas Ohlson att ta till hjälp med 25 servicetekniker fördelade inom olika specialområden; el & urverk, maskiner & verktyg, multimedia, hem & hushåll samt fritid & leksaker.

Att erbjuda reservdelar och verkstadstjänster är en viktig del av vår service men också viktigt för att bidra till en hållbar utveckling med mer slit och mindre släng. Vår ambition är alltid att guida våra kunder till rätt produkt med rätt kvalitet för den uppgift som ska lösas. En enklare produkt med ett lågt pris fungerar utmärkt under många år om den används mindre ofta och för enklare uppgifter. För en professionell användare, som använder en produkt dagligen för krävande arbetsuppgifter, behövs en mer avancerad och ofta dyrare produkt som tål hårdare användning.

Vårt ansvar för miljön

Clas Ohlson köper in produkter från cirka 600 leverantörer i 30 länder. Produkterna transporteras till distributionscentralen i Insjön i Dalarna, där de sorteras och lagras för vidare distribution till våra butiker i Sverige, Norge, Finland och Storbritannien samt till distanshandelskunder. Transporter sker i huvudsak med lastbil, men godsflödet på båt och tåg ökar varje år.

Vi arbetar systematiskt för att uppnå våra miljömål och att löpande förbättra företagets miljöprestanda. Clas Ohlsons miljöpolicy slår fast att miljöperspektivet ska finnas med i det dagliga arbetet och i alla viktiga beslut för att skapa långsiktigt värde för våra kunder, medarbetare, aktieägare och för samhället i stort. Det innebär ett livscykelperspektiv som omfattar hela kedjan, från val av produkter, leverantörer, tillverkningsmetoder och transportsätt till produkternas material, användning, energiåtgång och avfallshantering.

Årets viktigaste händelser

- Förstärkt organisation för varuflödeshantering med bland annat en ny transportchef med ansvar att utveckla Clas Ohlsons varutransporter, öka effektiviteten och minimera miljöpåverkan.
- Ökad effektivitet vid uttransporter. Genom ökad pallhöjd kan mer varor och mindre luft transporteras vilket minskat företagets utsläpp och kostnader under året.

- Energieffektivisering i butiker fortsätter. Under året startade ett program för utveckling av befintliga butikers belysningsssystem med mellan 25 och 50 procents reducerad energiförbrukning.
- Clas Ohlsons modell för bedömning av kemiska risker i varor har utvecklats och ger idag bättre precision och effektivitet. Vår metodik har uppmärksammats positivt av myndigheter och branschkollegor.

Miljöarbetet i ett större sammanhang

Vår största utmaning, utifrån ett risk- och kostnadsperspektiv, är beroendet av fossila energislag och dess klimatpåverkan, främst avseende våra godstransporter. Förutom hotet om brist på olja på lite längre sikt kan det pågående politiska klimatarbetet resultera i högre skatter och avgifter.

Logistikens påverkan på klimatet är ett av två prioriterade områden i vårt miljöarbete. Tillsammans med de transportföretag vi anlitar, söker vi lösningar för att minska utsläppen av fossil koldioxid.

Klimatfrågan sätter även fokus på energianvändningen i samhället. EU utfärdar direktiv som syftar till förbättring av produkters energieffektivitet. Clas Ohlson erbjuder idag ett brett sortiment med energibesparande produkter. Som ett led i att hjälpa våra kunder att minska sin elförbrukning utvecklas kontinuerligt både sortiment och produktinformation, vilket gynnar både miljö och ekonomi. Ett exempel är utfasningen av traditionella glödlampor där Clas Ohlson satsat på utbildning och marknadsföring för att ge praktiska tips och råd kring val av alternativa belysningslösningar.

EU:s kemikalieförordning Reach driver på arbetet med att fasa ut farliga kemikalier från varor. Vi arbetar enligt en riskbedömningsmodell där våra produkter klassificeras utifrån leverantörskategori, varumärke, användningsområde och användargrupp. Beroende på riskklassning anpassar vi våra krav på leverantörer och produkter.

Miljömål	Start 2007	Mål 2012	Utfall 2012	Kommentarer
Sjöfrakt -5 % CO ₂ /tkm	3,70	3,52	3,63 (Asien), 3,77 (inkl EU)	Nyckeltalet är avhängigt världskonjunktur som påverkar fyllnadsgrad och vårt utfall.
Lastbil -10 % CO ₂ /tkm	51,9	46,7	50,8	Emissionsberäkningar baseras på schabloner, därmed döljs förbättringar som till exempel effekten av ökad fyllnadsgrad.
Tåg +10 % av andelen landtransporter	16,1	17,7	23,1	Ökad användning av tåg i godsflödet från distributionscentral till butiker.
Flyg -10 % lägre andel	0,094	0,085	0,066	Utveckling av interna rutiner för beställning av flygfrakt.
Tjänsteresor -20 % CO ₂ /km	124,3	99,4	102,0	Nya tjänstebilar är alltmer bränsleeffektiva.
Drift-el på DC i Insjön -25 % kWh/pall	23,8	17,1	17,6	Systematiskt arbete med energieffektivisering

ErP-direktivet (2009/125/EC). Ekodesignkrav innebär att produkten måste ha viss energieffektivitet och resurseffektivitet för att få användas inom EU. Ekodesignkravet tas fram i form av EU-förordningar med specifikationer för olika produktgrupper. Förordningarna blir direkt gällande i alla EU:s medlemsländer och kraven gäller från det datum som anges i dokumentet.

Förklaring till tabellen: **CO₂/tkm** = koldioxidutsläpp per tonkilometer. **DC** = distributionscentralen.

Organisation och ansvar

Miljöarbetet är en del av Clas Ohlsons hållbarhetsarbete, vilket samordnas i ett CSR-forum. Forumet formulerar mål och strategier samt planerar och följer upp hållbarhetsarbetet. Varje funktionschef ansvarar sedan för åtgärder relativt den miljöpåverkan som finns inom den egna verksamheten. Läs mer om Clas Ohlsons CSR-forum på sidan 27.

Godstransporter och tjänsteresor

Vårt övergripande miljömål innebär att utsläppen av fossil koldioxid per tonkilometer godstransport respektive personkilometer tjänsteresa ska reduceras med 30 procent fram till år 2020, jämfört med år 2007. Reduktionen gäller sammanvägda nyckeltal för aktuella transportslag.

Under 2012 transporterades cirka 85 procent av godset som kom med båt från Asien till Göteborg vidare med järnväg till terminalen i Insjön. Från och med januari 2013 har hela godsflödet lagts över till järnväg. Gods från svenska och europeiska leverantörer samlas på flera orter för vidare transport med lastbil till Insjön.

Utleverans från distributionscentral till butiker och kunder sker främst med lastbil, men andelen tåg- och båttransporter var under året 18 procent jämfört med 16 procent 2011.

Nyckeltalet för klimatpåverkan vid tjänsteresor med bil, flyg och tåg har minskat med 6 procent, från 108 till 102 g CO₂/km. Förklaringen är ökad andel tågresor och minskad andel bil- och flygresor.

Resultat

Clas Ohlsons totala koldioxidutsläpp vid godstransporter ökade från 15 349 ton (2011) till 18 161 ton (2012). Utsläppen per tonkilometer är stort sett konstant, med en minskning från 6,0 gram/tonkm (2011) till 5,9 gram/tonkm (2012).

Produktansvar

Övergripande miljömål

De produkter vi säljer ska ha egenskaper som motsvarar eller överträffar marknadens förväntan avseende material-egenskaper, energianvändning, säkerhet och kvalitet. Sortiment och information ska utvecklas för att hjälpa våra kunder att minska den egna miljöpåverkan.

Kemiska riskämnen

Antalet kemiska ämnen som regleras i EU:s Reach-förordning ökar snabbt. Clas Ohlson har lagt ett omfattande arbete på utbildning av leverantörer kring gällande lagar och riskbedömning av kemiskt innehåll i produkter och förpackningar. Förutom samarbeten med laboratorier i Sverige och Asien har vi också knutit till oss kompetens avseende egenskaper och riskämnen i material. Därmed ökar träffsäkerheten vid kemiska analyser av varor.

Utfasning av riskämnen

Alla material och ämnen i produkter skall minst uppfylla kraven i gällande lagstiftning. De riskämnen som finns på kandidatlistan (Reach) fasar vi ut genom att sätta en maxgräns på 0,1 viktprocent. För våra textilier och läderprodukter har vi identifierat ytterligare ämnen, utöver lagstiftningen, som vi minimerar. Under året har våra processer förbättrats och antalet ämnen vi kontrollerar har utökats från 5 till 26. Vi har också strängare krav än lagstadgade gränsvärden för material som kommer i kontakt med huden eller som används av barn. I Reach-förordningen finns krav på att konsumenter ska informeras om innehåll av farliga kemikalier i varor inom 45 dagar på förfrågan. Vi har valt att informera direkt på produkten och på hemsidan när vi känner till att någon produkt

Energianvändning*

	2012	2011	2010
Butikslokaler, el (kWh/m ² , år)*	135	141	147
Kontor, totalt (kWh/m ² , år)	142	153	143
Distributionscentral, totalt (kWh/m ² , år)	92	88	99
Distributionscentral, el (kWh/pall)	19,5	20,2	22,6
Eldningsolja Insjön, (m ³)	2,2**	0,8	9,4

* Exklusive butikerna i Storbritannien.

**Egen värmeproduktion på grund av driftstörning i fjärrvärmesystemet 13 till 14 december.

Total elförbrukning (GWh)

	2012	2011	2010
Butikslokaler*	36,1	34,0	30,9
Kontor	1,5	1,5	1,6
Distributionscentral	4,7	4,6	5,1

Fossil koldioxid (Ton)

	2012	2011	2010
Godstransporter	17 234	15 349	16 289
Resor	683	794	514
Uppvärmning***	15	11	186
El	3 648	3 453	2 760

***Emissioner av koldioxid härrör från förbränning av eldningsolja. Under 2012 baserades fjärrvärmens till cirka 1 % på eldningsolja och 99 % på biomassa. Av koldioxidemissionen kommer 5,7 ton från egen förbrukning samt 9,2 ton från fjärrvärmeproduktion.

Nyckeltalen visar energianvändning inom fyra olika områden: butikernas elförbrukning, kontorens och distributionscentralens förbrukning av el, fjärrvärme och olja samt elförbrukning per utleverad pall.

Emission av koldioxid vid transporter och resor

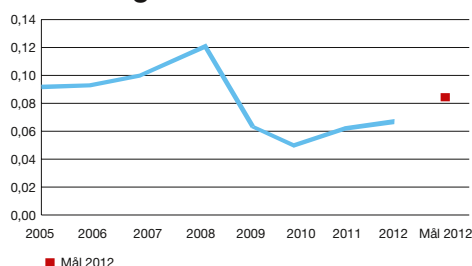
Transporter gram CO₂ per tonkilometer

	2012	2011	2010
Utfrakter	47,4	46,6	47,7
Infrakter - Europa	21,1	17,1	22,5
Infrakter - Asien	4,07	4,29	3,76

Tjänsteresor gram CO₂ per personkilometer

	2012	2011	2010
Medelvärde bil, flyg, tåg	102	108	100

Andel flygtransport (%) av totalt godsflöde



innehåller en farlig kemikalie. Våra krav till leverantörerna är dock att det inte får förekomma några farliga kemikalier i produkterna.

Energieffektivitet

Ekodesigndirektivet och energimärkningsdirektivet är viktiga verktyg i EU:s arbete för att uppnå 20 procents minskad energianvändning till år 2020. Direktiven innebär dels att vissa produktgrupper måste ha viss energi- och resurseffektivitet för att få användas inom EU, dels att det måste vara tydligt för konsumenten hur energieffektiv produkten är.

En betydande del av produkterna som berörs av direktiven ingår i Clas Ohlsons sortiment. Konkreta exempel är krav på minskade "standby-förluster", ökad energieffektivitet på transformatorer samt ökade krav på ljuskällor, både avseende energieffektivitet och energimärkning.

Eftermarknadsservice - slit, men inte släng

Att laga en produkt istället för att slänga den är ett konkret exempel på hållbarhet. Förutom att produktens livslängd ökar skapas en miljövinst genom minskat avfall. Clas Ohlson har ett sortiment med drygt 9000 reservdelar och våra medarbetare på vår kundtjänst har produktkunskaper som är uppskattade av kunderna. Servicetekniker i våra verkstäder utför reparationer till självkostnadspris. Efter att vårt reservdelslager nu finns tillgängligt i vår nätbutik (e-handel) har försäljningen av reservdelar ökat betydligt.

Kvalitet efter behov

En annan viktig del för att förlänga livslängden på produkter är att vår personal kan guida våra kunder att välja rätt kvalitet efter behov. En produkt som ska användas yrkesmässigt ställer till exempel helt andra krav på kvalitet och funktion jämfört med ordinär och mindre frekvent användning i hemmet. Detta har varit Clas Ohlsons grundfilosofi sedan starten 1918.

Energianvändning

Övergripande miljömål

All energianvändning i egna och hyrda lokaler och fastigheter ska dokumenteras. För distributionscentral, kontor och butiker ska den styras mot preciserade besparingsmål. Energi från fossila energikällor ska avvecklas i egen verksamhet.

Distributionscentral

Den sammanlagda energianvändningen på distributionscentralen har ökat med 3,7 procent, trots att drifttiden ökat med 5 procent. Den begränsade ökningen från 88,2 (2011/12) till 91,6 kWh/m², är ett resultat av fortsatt optimering av ventilation, kylmaskiner och automationsutrustning.

Andra nyckeltal förstärker bilden av den positiva utvecklingen. Elförbrukningen per hanterad pall fortsätter att minska från 20,2 (2011/12) till 19,5 (2012/13) kWh/pall.

Kontor

Clas Ohlsons huvudkontor i Insjön omfattar två byggnader om sammanlagt 20000 kvadratmeter där även Insjöbutiken, kundtjänst med verkstäder, reservdelslager med mera inryms. Från och med december 2009 är alla byggnadsdelar anslutna till biobaserad fjärrvärme. Den sammanlagda förbrukningen av el, fjärrvärme och olja fortsätter att minska.

Butiker

El- och energibehovet varierar kraftigt mellan olika butiker. Vissa butiker har till exempel rulltrappa och extra ljusskyltar, vilket medför ökad elförbrukning.

Elförbrukningen i våra butiker visar att trendbrottet 2011/12 fortsätter för 2012/13. Elanvändningen minskar med drygt 4 procent, från 141 kWh per kvadratmeter och år (2011/12) till 135 (2012/13), exklusive butikerna i Storbritannien. I våra nordiska butiker ingår kyla/värme i hyresavtalet. I Storbritannien debiteras all fastighetsenergi däremot separat, vilket gör att förbrukningen inte kan jämföras med verksamheten i Norden.

Den lägre elförbrukningen är resultatet av ökat internt fokus på belyningsfrågor, bra samarbete med leverantörer samt ökad andel energieffektiva ljuskällor och armaturer.

Avfall

WEEE-direktivet (Waste Electrical and Electronic Equipment) avser producentansvar för elektriska och elektroniska produkter när de blir avfall. WEEE gäller i alla länder där vi är verksamma och Clas Ohlson tar sitt producentansvar genom medlemskap i nationella insamlingssystem på våra marknader.

Distributionscentralen i Insjön har sedan många år effektiva system för källsortering och återvinning. Överskottsemballage pressas i stora balar som säljs och blir råvara för nya produkter. Detsamma gäller olika fraktioner av plast. Övrigt avfall källsorteras i cirka 10 fraktioner.

Förpackningar

Vi ska, i samarbete med våra leverantörer, minska andelen miljöbelastande förpackningar. Det sker genom att vi undviker användning av plastemballage eller ersätter PVC- med PE- eller PET-plast. Storleken på förpackningarna ska i möjligaste mån anpassas till innehållet för att minimera mängden förpackningsmaterial samt för att minska våra transporter och vår påverkan på miljön.

Under året har REPA upprepat sin stickprovsmätning av mängden emballage i Clas Ohlsons produktförpackningar. Resultaten visar att på tre år har mängden papper och plast minskat med 51 respektive 42 procent.

I våra butiker säljs 9,5 miljoner bärkassar (2012/13) varav cirka 9 procent är papperskassar. Övriga är av materialet polyeten och finns i två versioner, vit = medium (6,7 miljoner styck med 60 procent återvunnet material) respektive svart = large (1,9 miljoner styck med 85 procent återvunnet material). Försäljningen av flergångskasse av armerad PP-plast uppgick till närmare 200000 stycken.

Förpackningar som skickas till våra distanshandelskunder är miljöanpassade genom användning av 63 procent returfiber och biobaserat lim. Clas Ohlson tar sitt producentansvar för förpackningar genom medlemskap i nationella insamlings- och återvinningssystem i Sverige, Norge, Finland och Storbritannien.

Trycksaker

Övergripande miljömål

Miljöpåverkan ska vara en del i beslutsunderlaget när vi väljer kommunikationskanal. En ökad andel kund- och aktieägarkommunikation via nätet eftersträvas. Produktion av trycksaker ska ske med teknik och material som har väldokumenterad och låg miljöpåverkan. Trycksaker ska kunna återvinnas som fiberråvara av hög kvalitet.

Clas Ohlsons katalog trycks enligt Svanenkriterier och distribueras i huvudsak tillsammans med varuleveranser till våra butiker. Även all vår direktreklam och denna årsredovisning trycks på Svanenmärkt papper. Årsredovisningen distribueras endast till aktieägare som begärt att få tryckt information, upplagan har därmed minskat med cirka 70 procent vilket ger lägre miljöpåverkan.

- Reglering av användning av miljö- och hälsostörande ämnen i varor (Reach, RoHS, lagstiftning kring material som kommer i kontakt med livsmedel och Leksaksdirektivet).
- Regleringen av produkters energieffektivitet (ErP).
- Producentens ansvar för uttjänt elektrisk och elektronisk utrustning (WEEE).

Lagar och riktlinjer

Clas Ohlson berörs främst av följande EU-direktiv:

Läs mer

För mer information om vårt miljö- och hållbarhetsarbete hänvisar vi till vår hemsida <http://om.clasohlson.com>.

RoHS: 2002/95/EC on the Restriction of the Use of certain Hazardous Substances in Electrical and Electronic Equipment - begränsning av vissa farliga ämnen i elektriska och elektroniska artiklar.

Genom RoHS förbjuds användningen av kvicksilver, kadmium, bly, sexvärt krom och flamskyddsmedlen PBB och PBDE i nya elektriska och elektroniska produkter som släpps ut på marknaden från och med 1 juli 2006.

Gränsvärdet är 0,1 viktprocent (för kadmium 0,01 viktprocent) i homogent material.

RoHS omfattar de produktkategorier som ingår i WEEE.

Reach: 1907/2006/EC Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals - registrering, utvärdering, godkännande och begränsning av kemikalier.

Förordningen trädde i kraft inom hela EU den 1 juni 2007, och bestämmelserna i Reach införs stegvis fram till juni 2018. Reach grundas på principen att det är den som tillverkar eller släpper ut en kemikalie på marknaden som ansvarar för att reda ut riskerna med kemikalien innan den tas i bruk.

De som tillverkar och använder kemikalier ska ta fram data om kemikalernas egenskaper och bedöma riskerna. En ny tillståndsprövning införs för kemikalier som har allvarliga hälso- och miljöfarliga egenskaper. Särskilt farliga ämnen är upptagna i en så kallad kandidatförteckning.

Alla som tillverkar, importerar eller säljer varor som innehåller mer än 0,1 viktprocent av ett ämne på kandidatförteckningen måste lämna sådan information till sina kunder att varan kan hanteras på ett säkert sätt.

WEEE: 2002/96/EC on Waste Electrical and Electronic Equipment - avfall som utgörs av eller innehåller elektriska eller elektroniska produkter.

Syftet är att elektriska och elektroniska produkter ska utformas och framställas på ett sådant sätt att avfall förebyggs. När avfall ändå uppkommer ska det samlas in och återanvändas eller återvinnas på ett miljörättigt sätt.

Tillverkare och importörer ska betala för kommande återvinning av produkterna, samt även se till att återsamling och miljörättig återvinning utförs.

Clas Ohlsons GRI-profil (Global Reporting Initiative)

En fullständig version finns att läsa på om.clasohlson.com Clas Ohlson redovisar på GRI:s tillämpningsnivå C.		
	Resultatindikatorer	Sidhänvisning
	Ekonomisk påverkan	
EC1	Skapat och levererat direkt ekonomiskt värde, inklusive intäkter, rörelsekostnader, ersättning till anställda, gåvor och andra samhällsinvesteringar, balanserad vinst samt betalningar till finansörer och den offentliga sektorn.	60-63
	Miljöpåverkan	
EN3	Direkt energianvändning per primär energikälla.	41
EN4	Indirekt energianvändning per primär energikälla.	41
EN16	Totala direkta och indirekta utsläpp av växthusgaser, i vikt.	41
EN17	Andra relevanta indirekta utsläpp av växthusgaser, i vikt.	41
EN18	Initiativ för att minska utsläppen av växthusgaser, samt uppnådd minskning.	28, 40, 41, 42
	Social påverkan	
LA1	Total personalstyrka, uppdelad på anställningsform, anställningsvillkor och region.	37, 75 not 31
LA2	Personalomsättning.	38
LA10	Genomsnittligt antal och utbildningstimmar per anställd och år, fördelat på personalkategorier.	37
LA13	Sammansättning av styrelse och ledning samt uppdelning av andra anställda efter kön, åldersgrupp, minoritetsgrupptillhörighet och andra mångfaldsindikatorer.	38, 78-83
	Mänskliga rättigheter	
HR2	Procent av betydande leverantörer och underleverantörer som har granskats avseende efterlevnad av mänskliga rättigheter, samt vidtagna åtgärder.	7, 33
HR4	Antal fall av diskriminering, samt vidtagna åtgärder.	34
HR5	Verksamheter för vilka man uppmärksammat att föreningsfriheten och rätten till kollektivavtal kan vara väsentligt hotade och åtgärder som vidtagits för att stödja dessa rättigheter.	34
HR6	Verksamheter för vilka man uppmärksammat att det finns väsentlig risk för fall av barnarbete och åtgärder som vidtagits för att bidra till avskaffande av barnarbete.	34
HR7	Verksamheter för vilka man uppmärksammat att det finns väsentlig risk för tvångsarbete och obligatoriskt arbete, och åtgärder som vidtagits för att bidra till avskaffande av tvångsarbete eller obligatoriskt arbete.	34
	Produktansvar	
PR1	De faser i livscykeln då produkters och tjänsters påverkan på hälsa och säkerhet ska utvärderas i förbättringssyfte, och andelen av väsentliga produkt- och tjänstekategorier som genomgått sådana utvärderingsprocesser.	41, 42



clas
ohlson

Att: Arv
Befäl
Visn

Clas Ohlsons traditionsenliga årsstämma är en av Sveriges största och lockar varje år ett stort antal besökare till Insjön i Dalarna. Stämmodeltagarna får, utöver själva stämmoförhandlingen, möjlighet att se nyheter i Clas Ohlsons sortiment, träffa Clas Ohlsons styrelse, ledning och andra medverkande medarbetare samt äta lunch tillsammans. Spelmän som underhåller med folkmusik är ett annat uppskattat inslag.

En av Sveriges största årsstämmor

Clas Ohlsons B-aktie är noterad på Nasdaq OMX Stockholm och har varit noterad på Stockholmsbörsen sedan 1999. Emissionskursen var 106 kronor vilket omräknat efter den split (4:1) som genomfördes i oktober 2001 och den ytterligare split (2:1) som genomfördes oktober 2004 blir 13,25 kronor.

Under verksamhetsåret som omfattar perioden 20120501–20130430 sjönk aktiekursen från 99 kronor till 87 kronor, vilket är en nedgång med 12 procent. Under samma period ökade Affärsvärldens generalindex med 13 procent. Lägsta betalkurs under perioden var 81,25 kronor noterat i november 2012 medan högsta betalkurs under perioden var 106,00 kronor noterat i augusti 2012.

Omsättning

Under perioden omsattes 16304343 Clas Ohlson-aktier på Stockholmsbörsen vilket motsvarar en omsättningshastighet på 26 procent. Under samma period uppgick den totala omsättningshastigheten på Nasdaq OMX Stockholm till 70 procent.

Clas Ohlsons totala börsvärde uppgick den 30 april 2013 till 5,7 miljarder kr.

Aktiekapital

Aktiekapitalet i Clas Ohlson uppgår till 82 Mkr fördelat på 5 760 000 aktier av serie A och 59 840 000 aktier av serie B, envar med kvotvärdet 1,25. Varje aktie av serie A berättigar till tio röster medan varje aktie av serie B berättigar till en röst. Alla aktier har lika rätt till utdelning. Ägare av A-aktier kan begära omstämpling av A-aktier till B-aktier.

Egna aktier

Antalet registrerade aktier uppgår till 65 600 000 vilket är oförändrat mot föregående år. Per den 30 april 2013 innehade bolaget 2 312 192 aktier (1 985 000) motsvarande 4 procent av totala antalet registrerade aktier (3 procent). Antalet utestående aktier, netto efter återköp, uppgick vid periodens slut till 63 287 808.

För att säkra bolagets åtagande gällande villkorade matchningsaktier och personaloptioner i samband med LTI 2012 (se mer sidan 69) har Clas Ohlson under första kvartalet 2012/13 genomfört återköp av 366 000 aktier för totalt 36 Mkr till en genomsnittlig kurs om cirka 99 kronor per aktie.

Aktieägare

Den 30 april 2013 uppgick antalet aktieägare enligt den av Euroclear Sweden förda aktieboken till 26 449, jämfört med 27 462 den 30 april 2012. De tio största aktieägarna svarade vid samma tidpunkt för 59 procent av kapitalet och 77 procent av rösterna.

Utländska ägare svarade för 30 procent av kapitalet och 31 procent av rösterna. Svenska institutioner svarade för 34 procent av kapitalet och 19 procent av rösterna. Svenska privatpersoner svarade för 36 procent av kapitalet och 50 procent av rösterna.

Utdelningspolicy och utdelning

Clas Ohlsons utdelningspolicy har justerats enligt följande:

Utdelningen ska utgöra minst hälften av resultatet per aktie efter skatt med beaktande av den finansiella ställningen.

Den tidigare utdelningspolicyen var att utdelningsandelen bör motsvara cirka 50 procent av vinsten efter skatt samt att eventuell överskjutande likviditet kan delas ut.

Styrelsen föreslår en utdelning för 2012/13 på 4,25 kr per aktie (4,25 kr). Den föreslagna utdelningen uppgår totalt till 279 Mkr (279) vilket utgör 84 procent (70) av verksamhetsårets resultat efter skatt.

Aktieägarinformation

Vi är måna om att kontinuerligt delge marknaden våra försäljningssiffror och redovisar därför dessa så ofta som en gång i månaden. Informationen går ut via pressmeddelande i mitten av efterföljande månad. Clas Ohlsons resultat presenteras fyra gånger per år vid varje kvartalslut.

Vi distribuerar en tryckt årsredovisning via post till alla aktieägare som begär det och skickar också kontinuerligt ut våra delårsrapporter till dem som anmäler sitt intresse till oss. Delårsrapporterna kan fås via e-post eller som tryckt version via posten, enligt önskemål. Bolagets årsstämma är också en av Sveriges mest välbesökta.

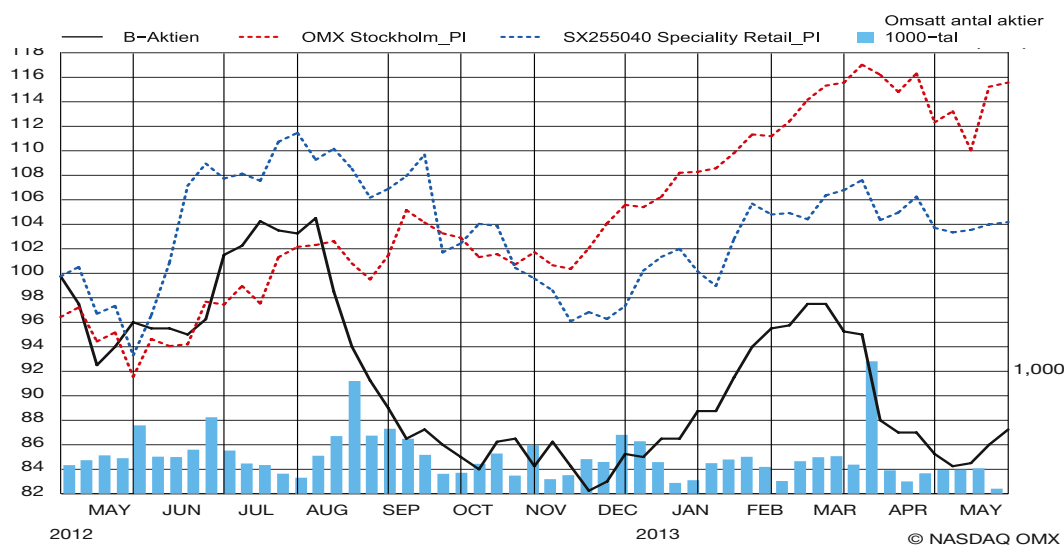
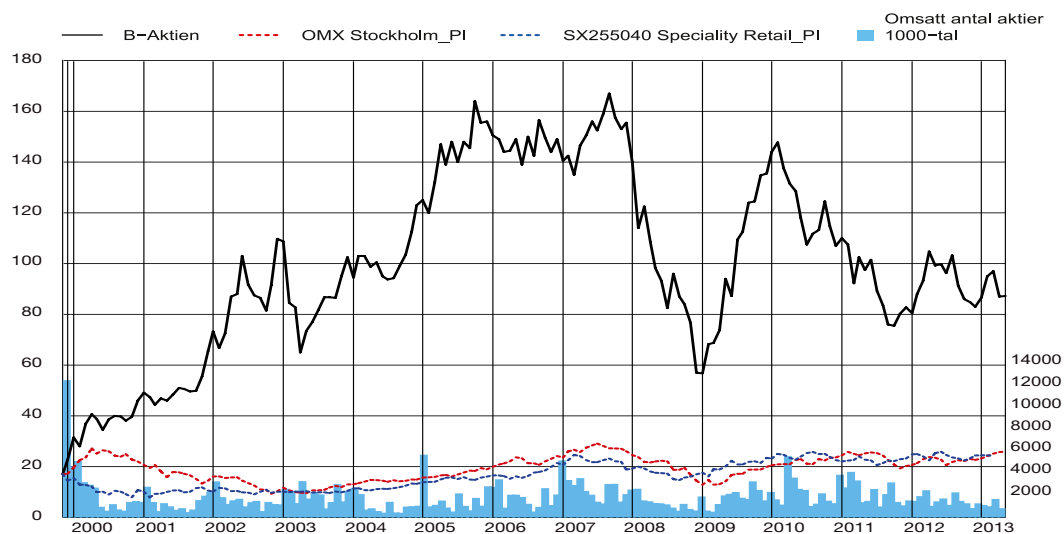
All finansiell information om Clas Ohlson finns på vår hemsida om clasohlson.com. Där presenteras både pressmeddelanden och rapporter i det ögonblick de offentliggörs. Hemsidan innehåller samtliga pressmeddelanden, delårsrapporter och årsredovisningar som vi har offentliggjort sedan börsintroduktionen i oktober 1999.

Via vår hemsida kan man dessutom ta del av de analytikerpresentationer som vi håller i nära anslutning till offentliggörandet av varje delårsrapport.

Clas Ohlson inkluderas i hållbarhetsindex

Från och med den 3 december 2012 ingår Clas Ohlson i NASDAQ OMX Sustainability Index, vilket är en guide för hållbara investeringar. Indexet är beräknat och sammanställt av NASDAQ OMX i samarbete med GES Investment Services och innehåller de ledande noterade företagen gällande hållbarhet.

Clas Ohlson-aktien



Data per aktie³

	2012/13	2011/12	2010/11	2009/10	2008/09
Antal aktier, miljoner ²	63,3	63,6	63,8	64,4	65,1
Vinst per aktie, kr	5,23	6,29	5,71	6,72	5,62
Bruttokassaflöde per aktie, kr	8,39	9,11	8,27	8,86	7,04
Eget kapital per aktie, kr	29,02	28,98	26,01	25,61	22,99
Börskurs 30 april, kr	87	99	98	128	94
Utdelning per aktie, kr	4,25 ¹	4,25	3,75	3,75	3,00
P/e-tal, ggr	17	16	17	19	17
Kurs/bruttokassaflöde, ggr	10	11	12	15	13
Kurs/eget kapital per aktie, %	301	342	375	502	409
Direktavkastning, %	4,9	4,3	3,8	2,9	3,2
Utdelningsandel, %	81	68	66	56	54

¹ Föreslagen utdelning.

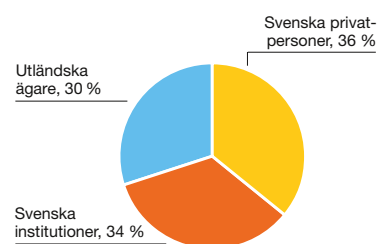
² Genomsnittligt antal aktier före utspädning.

³ Se nyckeltalsdefinitioner på sidan 84.

Aktiekapitalets utveckling

År	Transaktion	Tillkommande aktier	Ackumulerat antal aktier	Totalt aktiekapital
1994			48 000	4 800 000
1999	Split 10:1	432 000	480 000	4 800 000
1999	Fondemission	6 720 000	7 200 000	72 000 000
1999	Nyemission	1 000 000	8 200 000	82 000 000
2001	Split 4:1	24 600 000	32 800 000	82 000 000
2004	Split 2:1	32 800 000	65 600 000	82 000 000

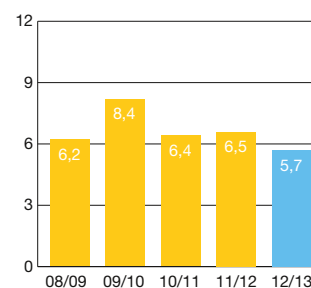
Aktieägarkategorier, % kapital



De största ägarna*

Ägare	Antal A-aktier	Antal B-aktier	Procent kapital	Procent röster
Helena Ek Tidstrand	1 368 060	6 179 828	11,5	16,9
Johan Tidstrand	1 368 060	1 800 000	4,8	13,2
Björn Haid	911 960	4 732 834	8,6	11,8
Peter Haid	911 960	3 785 243	7,2	11,0
Claus-Toni Haid	911 960	3 785 133	7,2	11,0
Håkan Thylén	288 000	430 000	1,1	2,8
AFA Försäkring		4 182 970	6,4	3,6
IF Skadeförsäkring		3 114 337	4,7	2,7
Nordea Investment Funds		2 869 479	4,4	2,4
Lannebo fonder		1 850 000	2,8	1,6
Anders Moberg		1 400 000	2,1	1,1
Övriga aktieägare		25 710 176	39,2	21,9
Totalt	5 760 000	59 840 000	100,0	100,0

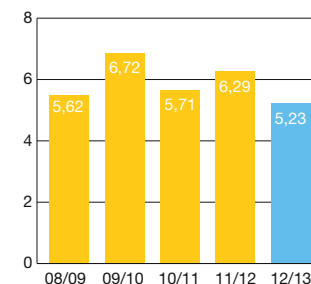
Börsvärde, miljarder kronor



Ägarkategorier*

Ägare	Antal A-aktier	Antal B-aktier	Procent kapital	Procent röster
Svenska privatpersoner	3 936 080	19 445 325	35,6	50,1
Svenska institutioner		22 556 512	34,4	19,2
Utländska ägare	1 823 920	17 838 163	30,0	30,7
Summa	5 760 000	59 840 000	100,0	100,0

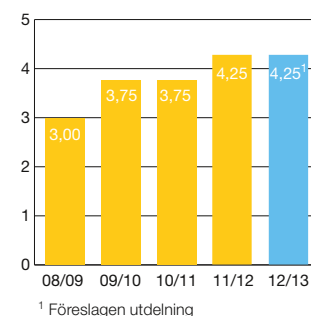
Vinst per aktie, kronor



Ägarstruktur*

Storleksklass	Antal aktier	Procent	Antal ägare
1-500	3 191 125	4,9	19 884
501-1000	3 316 031	5,0	4 072
1 001-5 000	4 534 270	7,0	2 109
5 001-10 000	1 587 861	2,4	210
10 001-20 000	1 144 612	1,7	78
20 001-100 000	2 788 239	4,2	61
100 001-500 000	4 913 979	6,4	19
500 001-	44 123 883	68,4	16
Summa	65 600 000	100,0	26 449

Utdelning per aktie, kronor



* per 2013-04-30

Förvaltningsberättelse

Clas Ohlson AB (publ), organisationsnummer 556035-8672

Styrelsen och verkställande direktören för Clas Ohlson AB (publ) med säte och huvudkontor i Insjön, Leksands kommun, får härmed avge årsredovisning för verksamhetsåret 2012-05-01 – 2013-04-30. Där ej annat anges avser uppgifterna koncernen. Uppgifter inom parentes avser föregående år. Samtliga belopp anges i miljontals svenska kronor om inget annat anges.

Verksamhet

Verksamheten utgörs av försäljning av produkter för hus och hem, teknik och hobby via egna butiker och distanshandel. Sortimentet inriktas på prisvärda produkter som behövs i vardagen. Verksamheten bedrivs i Sverige, Norge, Finland och Storbritannien. Antalet butiker var vid årets utgång 174 varav 73 i Sverige, 62 i Norge, 27 i Finland och 12 i Storbritannien.

Sortimentet omfattar cirka 15 000 artiklar som köps in från ett stort antal leverantörer i ett 30-tal länder. Varorna köps in till distributionscentralen i Insjön och därifrån distribueras de via egna butiker i Sverige, Norge, Finland och Storbritannien eller via distanshandel direkt till kunderna.

Väsentliga händelser

Under verksamhetsåret har 17 nya butiker öppnats, varav fem i Sverige, sex i Norge och sex i Finland. Utöver det har distanshandel lanserats i Finland och Storbritannien.

En ny e-handelsplattform, som lanserades under första halvåret 2012/13, har medfört såväl ökad besöks trafik som ökad försäljning. I Finland och Storbritannien, där kännedomen om Clas Ohlson är lägre än i Sverige och Norge, kommer e-handeln att vara ett viktigt komplement för att fler kunder ska upptäcka Clas Ohlson.

I slutet av november 2012 lanserade Clas Ohlson en mobilanpassad version av e-handeln på samtliga marknader. Lanseringen är strategiskt viktig för att kunna möta våra kunder genom flera parallella kanaler och erbjuda bästa tillgänglighet och service anpassad efter kundens behov. Satsningen på e-handel skapar också nya möjligheter att på ett kostnadseffektivt sätt etablera verksamhet och expandera på nya marknader. Initialt innebär satsningen att försäljningskostnadernas andel ökar på grund av investeringar i system och logistiklösningar. I början av mars 2013 lanserades det nya lojalitetsprogrammet Club Clas i Sverige. Det nya lojalitetsprogrammet syftar till att ge ytterligare värde till Clas Ohlsons kunder. Club Clas ger tillsammans med övriga försäljnings- och servicekanaler med butiker, e-handel via dator, surfplatta och mobil, katalog, telefonkundtjänst och sociala medier lättillgängliga, inspirerande och attraktiva lösningar på vardagliga praktiska problem. Förutom fördelar i form av skraddarsydd klubbbrabatter, baserade på intresseområden och inköps-historik, får medlemmarna bonus på alla inköp, inbjudningar till temakvällar och tillgång till tips och råd. Genom ökad kundlojalitet skapas förutsättningar för högre försäljning till följd av ökad besöksfrekvens och högre snittkvitto samt möjlighet till effektiviserad marknadsföring. Lanseringen har överträffat förväntningarna och över en kvarts miljon kunder har redan blivit medlemmar i kundklubben.

Försäljning och resultat

Försäljningen uppgick till 6 519 Mkr jämfört med 6 260 Mkr föregående år, en ökning med 4 procent. I lokala valutor ökade försäljningen med 5 procent. Distanshandeln uppgick till 122 Mkr (95 Mkr), en ökning med 28 procent. Clas Ohlsons nya e-handelsplattform lanserades i Norden och Storbritannien under perioden april till september 2012 vilket påverkat distanshandelsförsäljningen positivt.

Försäljningen fördelar sig enligt följande:

Försäljningsområden (Mkr)

	2012/13	2011/12	Procentuell förändring	Procentuell förändring, lokal valuta
Länder				
Sverige	3 028	2 929	+ 3	+ 3
Norge	2 665	2 561	+ 4	+ 5
Finland	563	517	+ 9	+ 15
UK	263	254	+ 4	+ 3
	6 519	6 260	+ 4	+ 5

Av butikernas försäljningsökning på 4 procent fördelar sig:

Jämförbara butiker i lokal valuta	- 4 procent
Nya butiker	+ 9 procent
Valutaeffekter	- 1 procent
Summa	+ 4 procent

Bruttomarginalen uppgick till 41,6 procent vilket är 0,5 procentenheter lägre jämfört med föregående år (42,1 procent). Marginalen har påverkats negativt av valutaeffekter och försäljningsmix.

Försäljningskostnadernas andel ökade med 1,8 procentenheter till 32,3 procent (30,5 procent). Ökningen beror främst på lägre försäljning i jämförbara butiker samt på ökade avskrivningar. Uppstartskostnaderna för nya och ombyggda butiker, inklusive utrangering av inventarier, uppgick till 44 Mkr (46 Mkr).

Årets avskrivningar uppgick till 198 Mkr jämfört med 179 Mkr föregående år. Ökningen hänförs huvudsakligen till nya butiker samt avskrivningar gällande e-handel och IT-relaterade stödprocesser.

Rörelseresultatet uppgick till 431 Mkr (561 Mkr). Förändringen beror främst på lägre försäljning i jämförbara butiker och lägre bruttomarginal jämfört med föregående år.

Rörelsemarginalen uppgick till 6,6 procent (9,0 procent). Resultatet efter finansiella poster uppgick till 420 Mkr (551 Mkr).

Avistakurserna för de viktigaste valutorna var i genomsnitt 1,16 för norska kronan och 6,66 för USA-dollar jämfört med 1,17 respektive 6,60 föregående år. Valutasäkringar har gjorts i USD och NOK. Bolagets policy är att säkra hälften av det förväntade flödet under en katalogperiod.

Riksdagen beslutade den 21 november 2012 att sänka bolagsskattesatsen från 26,3 procent till 22,0 procent med verkan för räkenskapsår som påbörjas efter den 1 januari 2013 (för Clas Ohlson från räkenskapsår 2013/14). Upp-

skjuten skatt har omräknats till den lägre skattesatsen under det tredje kvartalet 2012/13, innebärande att uppskjutna skatteskulder minskat med cirka 31 Mkr med motsvarande minskning av uppskjuten skattekostnad (intäkt).

Utsikter för kommande verksamhetsår

Clas Ohlsons affärsidé, att erbjuda ett brett och prisvärt sortiment för att lösa vardagliga praktiska problem på ett smidigt sätt, har en stark attraktionskraft på etablerade marknader. Konceptet är unikt i sitt slag och har potential att expanderas till flera länder samt att öka marknadsandelarna på befintliga marknader.

Tillväxten på nya marknader ska ske i enlighet med de långsiktiga finansiella målen. Under de kommande åren beräknas etablering på nya marknader att belasta Clas Ohlsons rörelsemarginal med upp till 2-3 procentenheter under ett verksamhetsår.

Under det kommande verksamhetsåret 2013/14 planerar Clas Ohlson att etablera 12-17 nya butiker. Andelen nya butiker på mogna marknader minskar i takt med utvecklingen av satsningen på nya växande säljkanaler (e-handel).

Bolaget räknar med att det tar tid att etablera varumärke och position på nya marknader och att konverteringsgrad, genomsnittligt köp och omsättning förväntas att öka successivt under de kommande åren.

En fortsatt utveckling av Clas Ohlsons sortiment, säljkanaler och nya kundsegment (företagskunder) skapar ytterligare tillväxtpotentialer, både på etablerade marknader och på nya marknader.

Förberedelser pågår för inträde på den tyska marknaden med initialt 1-2 butiker i norra Tyskland och e-handel med planerad lansering tidigast under kalenderåret 2014.

Clas Ohlson utvecklar även ett nytt erbjudande riktat till företagskunder, Clas Office, med ett utökat sortiment och service riktat främst till små och medelstora kontor. Erbjudandet kommer att göras tillgängligt via Clas Ohlsons e-handel samt omfattande nätverk av butiker. Lansering av konceptet beräknas ske under första halvåret 2014, med början i Sverige och Norge.

Finansiell ställning

Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick under verksamhetsåret till 518 Mkr (965 Mkr). Under verksamhetsåret har 73 Mkr i extra skatteinbetalning gjorts, då reglerna för svenska bolag med brutna räkenskapsår ändrats med tidigarelagd inbetalning av preliminär skatt. Skillnaden i övrigt mellan åren beror huvudsakligen på positiv rörelsekapitalförändring 2011/12, till följd av väsentligt reducerade lagervärden. Årets kassaflöde, efter investerings- och finansieringsverksamhet, var 17 Mkr (-23 Mkr). Ordinarie utdelning till Clas Ohlsons aktieägare i september 2012 uppgick till 269 Mkr (239 Mkr).

Genomsnittligt lagervärde under 12 månader uppgick till 1 336 Mkr (1 291 Mkr). Lageromsättningshastigheten på distributionscentralen rullande 12-månader uppgick till 6,9 gånger (6,1).

Vid verksamhetsårets slut uppgick varulagret till 1 304 Mkr (1 229 Mkr). Jämfört med samma månad föregående år har 17 butiker tillkommit.

Återköp av egna aktier avseende säkring av LTI 2012 (Long Term Incentive program 2012) har skett med 36 Mkr under året (11 Mkr).

Koncernens nettokassa, dvs. likvida medel reducerat med räntebärande skulder uppgick till 125 Mkr (föregående år nettokassa 82 Mkr). Soliditeten uppgick till 59 procent (60 procent).

Investeringar

Under verksamhetsåret har investeringar gjorts med 167 Mkr (207 Mkr). Av dessa avser 103 Mkr (93 Mkr) investeringar i nya eller ombyggda butiker. Övriga investeringar är i huvudsak IT-investeringar och ersättningsinvesteringar. Investeringar i e-handel och IT-relaterade stödprocesser uppgick till 37 Mkr (56 Mkr).

Aktien och aktiekapital

Clas Ohlsons B-aktie är noterad på Nasdaq OMX Stockholm. Aktiekapitalet uppgår till 82 miljoner kronor fördelat på 5 760 000 aktier av serie A och 59 840 000 aktier av serie B, envar med kvotvärdet 1,25. Varje aktie av serie A berättigar till tio röster medan varje aktie av serie B berättigar till en röst. Alla aktier har lika rätt till utdelning. Ägare av A-aktier kan begära omstämpling av A-aktier till B-aktier. Aktiekapitalet är oförändrat mot föregående år.

Den 30 april 2013 uppgick antalet aktieägare enligt den av Euroclear Sweden förda aktieboken till 26 449, jämfört med 27 462 den 30 april 2012. De tio största aktieägarna svarade vid samma tidpunkt för 59 procent av kapitalet och 77 procent av rösterna. För sammanställning, se sidan 45-47 i den tryckta årsredovisningen.

Bolagsordningen innehåller inga hembudsförbehåll eller andra begränsningar i B-aktiernas överlåtbarhet. Förutom bemyndigandet gällande återköp av aktier som framgår på sidan 57 finns det inga andra omständigheter av de slag som bolaget är skyldig att upplysa om enligt bestämmelserna i Årsredovisningslagen 6 kap 2a § p 4-11. Antalet registrerade aktier uppgår till 65 600 000 vilket är oförändrat mot föregående år. Per den 30 april 2013 innehade bolaget 2 312 192 aktier (1 985 000) motsvarande 4 procent av totala antalet registrerade aktier (3 procent). Antalet utestående aktier, netto efter återköp, uppgick vid verksamhetsårets slut till 63 287 808 (63 615 000). För att säkra bolagets åtagande gällande villkorade matchningsaktier och personaloptioner i samband med LTI 2012 har Clas Ohlson under första kvartalet 2012/13 genomfört återköp av 366 000 aktier för totalt 36 Mkr till en genomsnittlig kurs om cirka 99 kr per aktie.

Bolagsstyrning (sidan 50-55)

Inledning

En god bolagsstyrning bygger på att bolagets strategier, mål och värderingar genomsyrar hela organisationen och en god bolagsstyrning är en förutsättning för att upprätthålla förtroende från aktieägare, kunder samt övriga externa intressenter.

Styrningen av Clas Ohlson utgår från svensk lagstiftning, främst aktiebolagslagen, Nasdaq OMX Stockholms regelverk för emittenter och Svensk kod för bolagsstyrning (koden). Vidare följer styrningen bolagsordningen, interna instruktioner och policyer samt rekommendationer som utges av relevanta organisationer. Rapporteringen om bolagsstyrning har upprättats i enlighet med koden.

Svensk kod för bolagsstyrning

Svensk kod för bolagsstyrning tillämpas för alla bolag som är noterade på Nasdaq OMX Stockholm. Syftet är att förbättra bolagsstyrningen i börsnoterade bolag och främja förtroendet för företagen både hos allmänheten och kapitalmarknaden. Koden bygger på principen "följ eller förklara" vilket innebär att man kan avvika från koden om förklaring kan lämnas till varför avvikelsen skett. Clas Ohlson har under verksamhetsåret inga avvikelser mot svensk kod för bolagsstyrning.

Efterlevnad av tillämpliga bestämmelser för börshandel

Inga överträdelse avseende god sed på aktiemarknaden eller av tillämpliga börsregler har rapporterats av Aktiemarknadsnämnden eller Börsens disciplinnämnd.

Bolagsstämma

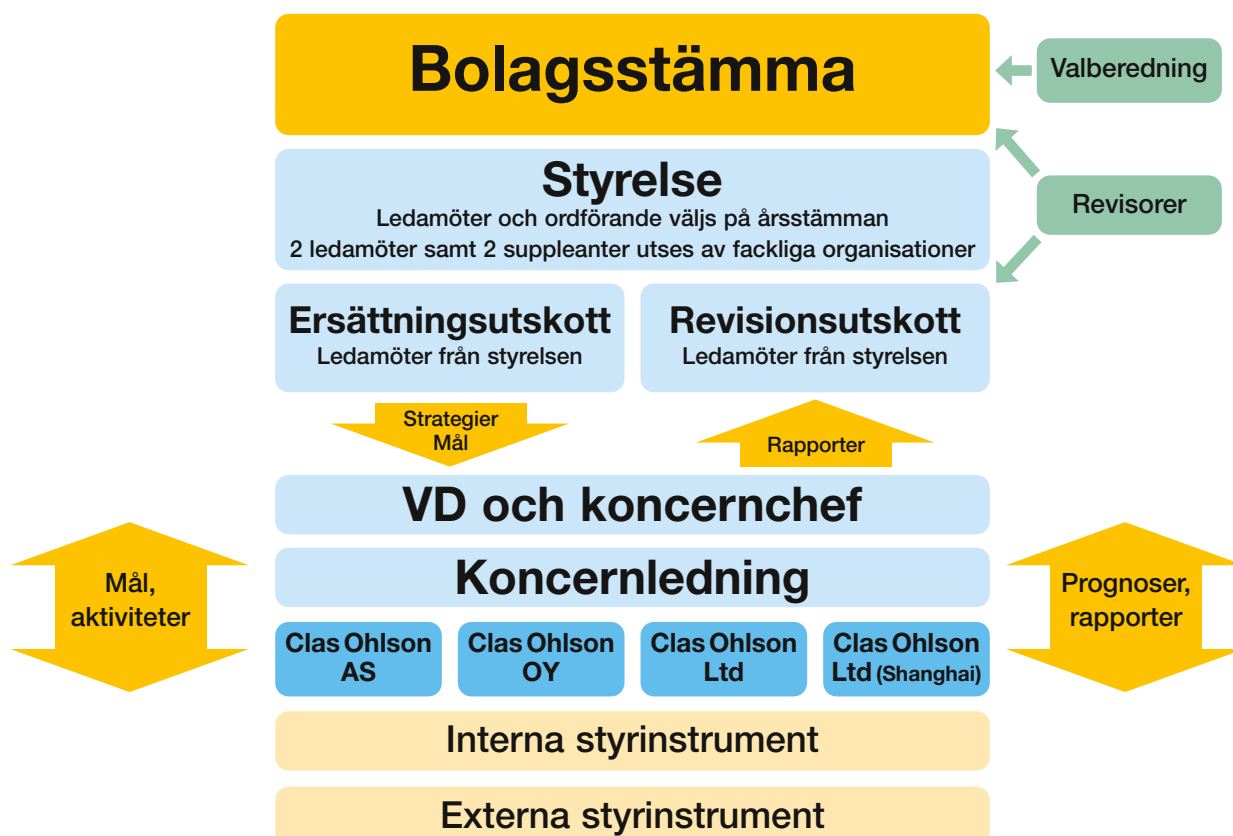
Aktieägarnas inflytande utövas genom deltagande på bolagets årsstämma (den ordinarie bolagsstämman). Årsstämman är det högsta beslutande organet och har sedan børsintroduktionen 1999 alltid hållits på en lördag i början av september i Insjön. Kallelse, som vanligtvis görs fem veckor före stämman publiceras i Post- och Inrikes Tidningar samt på bolagets hemsida. Alla aktieägare som är registrerade i aktieboken den femte dagen före årsstämman och har anmält sig i tid har rätt att delta. Anmälan kan göras via telefon, mail eller brev. Årsstämman utser varje år styrelse, styrelseordförande och revisorer för Clas Ohlson AB. Vidare beslutar årsstämman hur vinstmedlen ska disponeras. Andra frågor som förekommer är frågor som är obligatoriska punkter enligt aktiebolagslagen och Clas Ohlsons bolagsordning (finns i sin helhet på om.clasohlson.com). Årsstämman har alltid varit mycket välbesökt och den senaste lockade cirka 1 800 deltagare vilket gör den till en av Sveriges största.

Bolagets största aktieägare, representerande minst 10 procent av rösterna vardera, var den 30 april 2013 Helena Ek Tidstrand (16,9 procent), Johan Tidstrand (13,2 procent), Björn Haid (11,8 procent), Peter Haid (11,0 procent) och Claus-Toni Haid (11,0 procent).

Valberedning

Valberedningens uppgift är att till kommande bolagsstämma, där val av styrelse och revisorer ska ske, komma med förslag på styrelseledamöter och revisorer samt arvoden till dessa, samt styrelsens utskott. Valberedningen

Bolagsstyrning inom Clas Ohlson



föreslår även ordförande på stämman.

Inom Clas Ohlson tillämpas en nomineringsprocess för tillsättning av valberedningen. Styrelsens ordförande ingår i valberedningen tillsammans med de fyra största aktieägarregistrerade eller på annat sätt kända aktieägarnas representanter (avstämningsdag den 30 september). Önskar aktieägare ej utse ledamot tillfrågas den därefter största aktieägaren. Valberedningen utser ordförande inom sig, vilket enligt svensk kod för bolagsstyrning inte skall vara styrelsens ordförande eller annan styrelseledamot.

Valberedningen uppfyller de riktlinjer beträffande oberoende som framgår av Svensk kod för bolagsstyrning. Valberedningen representerar en bred erfarenhet av arbete i styrelser och nomineringsförfaranden.

Valberedningen inför Årsstämma 2013

Inför årsstämman 2013 har en valberedning utsetts bestående av Johan Held, ordförande (företräder AFA Försäkring), Anders Moberg (styrelseordförande i Clas Ohlson AB), Carl von Schantz (företräder ägarfamiljen Haid), Göran Sundström (företräder ägarfamiljen Tidstrand) och Johan Ståhl (företräder Lannebo Fonder AB).

Utgångspunkten för valberedningens arbete är att styrelsen ska ha den kompetens, erfarenhet och bakgrund som uppdraget kräver. Särskild vikt har lagts vid bolagets strategier och mål samt de krav som bolagets framtida inriktning väntas ställa på styrelsen. Valberedningen har även diskuterat styrelsens långsiktiga sammansättning utifrån såväl framtida kompetenskrav som succession.

Gruppen har arbetat med nomineringsförfarandet till Clas Ohlsons årsstämma den 7 september 2013 och har haft fem protokollförda möten, där styrelsens sammansättning har utvärderats, övervägts och diskuterats.

Valberedningens arbete under mandatperioden har bland annat innefattat:

- Intervjuer med styrelseledamöter för att få en fördjupad bild av hur styrelsearbetet fungerar
- Redogörelse av styrelsens arbete från styrelsens ordförande
- Utvärdering av styrelsens arbete
- Nominering av styrelseordförande och styrelseledamöter
- Ställningstagande till kandidaternas oberoende
- Framtagande av förslag till styrelse- och utskottsarvoden
- Framtagande av förslag till stämмоordförande
- Nominering av revisorer

Valberedningens fullständiga förslag kommer att presenteras andra veckan i augusti i samband med att kallelsen till årsstämman offentliggörs.

Revisorer

Årsstämman utser årligen revisorer för moderbolaget. Nuvarande revisorer är Öhrlings PricewaterhouseCoopers (PwC) som företräds av Annika Wedin (huvudansvarig från räkenskapsåret 2006/07) och Lennart Danielsson (från räkenskapsåret 2009/10). Båda är auktoriserade revisorer hos PwC. PwC är valda till och med årsstämman 2013. Ersättningen för revisionsuppdrag i koncernen har de senaste tre åren uppgått till 2,4 Mkr, 2,9 Mkr respektive

2,6 Mkr. Ersättningen för övriga uppdrag har de senaste tre åren uppgått till 0,8 Mkr, 0,2 Mkr respektive 0,6 Mkr. Arbetet utöver revision handlar i första hand om frågeställningar beträffande konsultationer i skattefrågor samt redovisningsreglerna IFRS. Revisorernas oberoende ställning säkerställs dels av revisionsbyråns interna policyer, dels av styrelsens riktlinjer som anger vilka uppdrag revisionsbyrån får åta sig utöver revision.

Styrelse

Det är Clas Ohlsons aktieägare som varje år vid årsstämman utser bolagets styrelse. Styrelsen består av åtta ledamöter, inklusive VD, som är valda av årsstämman. Utöver dessa ingår också två ledamöter och två suppleanter för de fackliga organisationerna inom företaget. Dessa utses av sin respektive organisation. Styrelsen uppfyller kodens krav på oberoende. Samtliga ledamöter förutom Björn Haid och Klas Balkow anses som oberoende i förhållande till bolaget, bolagsledning samt större aktieägare. Clas Ohlson strävar efter att, över tid, ha en jämn fördelning mellan kvinnor och män i styrelsen. Könsfördelningen i styrelsen bland de bolagsstämmovalda ledamöterna har under verksamhetsåret varit 5 män (62,5 procent) och 3 kvinnor (37,5 procent). Föregående år var motsvarande fördelning densamma. Den nuvarande styrelsen finns beskriven på sidan 78-81 i årsredovisningen.

Styrelsens möten

Direkt efter årsstämman hålls ett konstituerande styrelsemöte där styrelsens arbetsordning samt instruktion till bolagets VD fastställs. Vid detta möte utses även ledamöter till styrelsens revisions- och ersättningsutskott samt firmateknare för bolaget. Utöver detta möte har styrelsen ytterligare minst sju möten under året. Dessa hålls kvartalsvis i samband med offentliggörandet av bolagets ekonomiska rapporter och därutöver en gång i juni inför slutförandet av årsredovisningen, en gång i samband med årsstämman samt en gång under hösten för strategiska diskussioner. Strategimötet brukar pågå i två dagar medan övriga möten normalt pågår i en dag. På strategimötet diskuteras i huvudsak frågor avseende koncernens mål och strategier, sortiment, etableringsstrategi, större investeringar med mera. På övriga möten hanteras i huvudsak sedvanliga styrelsefrågor, bolagets rapporter samt avrapportering från styrelsens utskott. På två av styrelsemötena deltar bolagets revisorer och avrapporterar vad som framkommit under revisionen. Styrelsen träffar revisorerna en gång per år utan att företagsledningen är närvarande. Styrelsen har under verksamhetsåret haft åtta styrelsemöten varav ett strategimöte. Styrelsen utvärderar sitt arbete årligen.

Styrelsens arbetsätt

Styrelsens arbetsordning förelägger vilka punkter på dagordningen som ska vara fasta och vilka som kan variera. Normalt ska varje styrelsemöte innehålla ett speciellt tema för att kunna ge styrelsen en fördjupad kunskap och förståelse i de olika delarna av bolagets verksamhet. Vid behandlingen av dessa teman kan även tjänstemän från bolaget delta som föredragande.

Frågor som hanterats i styrelsen under året har bland annat varit strategisk inriktning, uppföljning av affärsplan, genomgång av riskhantering, väsentliga verksamhetsprocesser, utvecklingen av nuvarande marknader och kommande expansion.

Arbetet i styrelsens utskott utgör en viktig del i styrelsearbetet. Styrelsen har upprättat instruktioner för utskottens arbete. Ersättningsutskottet och revisionsutskottet bereder de frågor som inryms inom utskottens arbetsområden. De frågor som behandlats på utskottsmötena protokollförs och delges övriga styrelseledamöter på styrelsesammanträdena.

Arbetsordningen anger också att styrelsen minst två gånger per år ska sammanträffa med bolagets revisorer. Därutöver reglerar arbetsordningen vissa formella frågor såsom kallelseregler och sekretess.

Revisionsutskott

Styrelsen har vid det konstituerande styrelsemötet utsett ett revisionsutskott bestående av Urban Jansson, ordförande, Cecilia Marlow och Lottie Svedenstedt. Styrelsen har utfärdat en instruktion för utskottets arbete. Revisionsutskottet uppfyller de riktlinjer beträffande oberoende som framgår av Svensk kod för bolagsstyrning. Revisionsutskottet ansvarar för att säkerställa kvaliteten i den finansiella rapporteringen. Revisionsutskottet ansvarar även för att övervaka effektiviteten i riskhantering och intern kontroll avseende den finansiella rapporteringen. Revisionsutskottets ledamöter har sammanträffat med revisorerna vid två tillfällen under räkenskapsåret för att informera sig om revisionens inriktning och diskutera synen på företagets risker. Revisorerna har dessutom medverkat på flertalet av utskottets övriga möten. Viktiga uppgifter för revisionsutskottet är att fungera som kommunikationslänk mellan styrelsen och bolagets revisorer och att fastställa vilka tjänster utöver revision som kan upphandlas av bolagets revisorer. Revisionsinsatsen utvärderas årligen varefter information lämnas till valberedningen om utfallet.

Revisionsutskottet har haft sju möten under räkenskapsåret. Närvaron framgår av tabell på sidan 53. Mötena har protokollförts och avrapporterats på nästkommande styrelsemöte. Representanter för bolagets ledning och bolagets interncontroller har deltagit på utskottets möten som adjungerade ledamöter. Mötena har bland annat behandlat frågeställningar i syfte att säkerställa effektiviteten i riskhantering och intern kontroll avseende den finansiella rapporteringen. Dessutom har bolagets delårsrapporter, årsredovisning, frågor beträffande redovisning, likviditet med mera behandlats i utskottet.

Ersättningsutskott

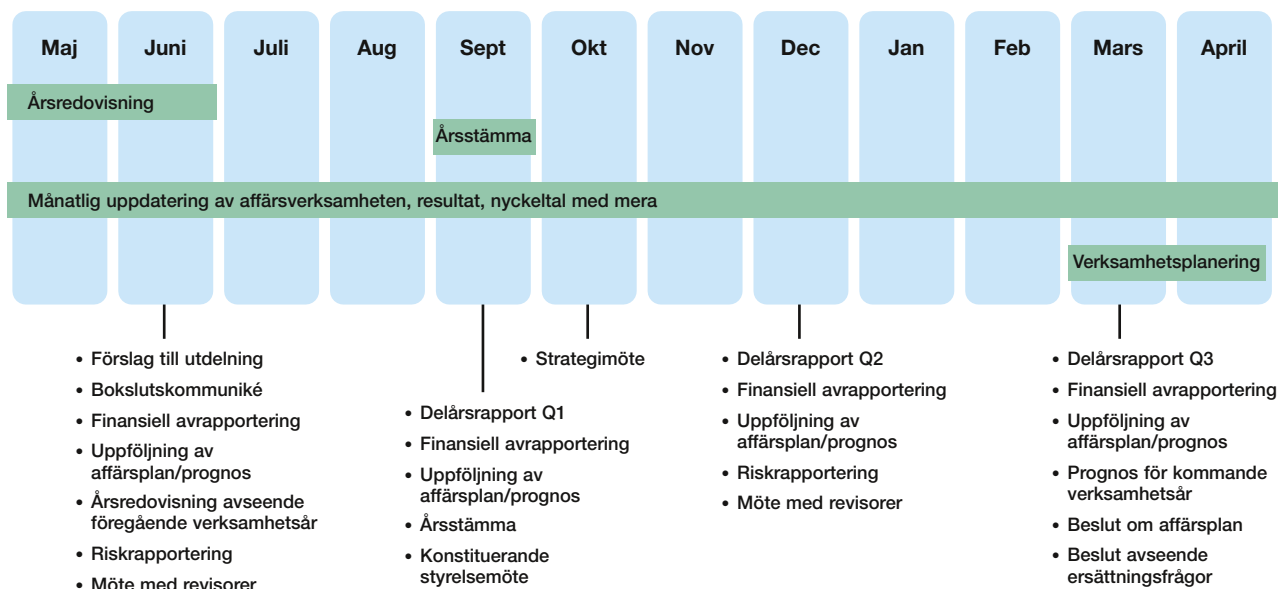
Ett särskilt ersättningsutskott har utsetts av styrelsen bestående av styrelsens ordförande Anders Moberg och tre övriga ledamöter, Sanna Suvanto-Harsaae, Björn Haid och Edgar Rosenberger. Styrelsen har utfärdat en instruktion för utskottets arbete. Ersättningsutskottet uppfyller de riktlinjer beträffande oberoende som framgår av Svensk kod för bolagsstyrning.

Ersättningsutskottet lägger fram förslag till riktlinjer när det gäller fast lön och rörlig ersättning för ledande befattningshavare. På motsvarande sätt fungerar processen när det gäller rörlig ersättning för samtliga medarbetare. Utskottet har under verksamhetsåret haft fyra möten. Närvaron framgår av tabell på sidan 53. Mötena har protokollförts och avrapporterats på nästkommande styrelsemöte. Ersättningsutskottet har bland annat hanterat frågor beträffande fast och rörlig ersättning samt utvärderat det gällande långsiktiga incitamentsprogrammet (LTI).

Arbetsfördelning mellan styrelse och VD

Styrelsen utser verkställande direktör (VD) för bolaget. Arbetsfördelningen mellan styrelse och VD finns angiven i styrelsens arbetsordning och i instruktionen för VD. Bland annat framgår det att styrelsen är ansvarig för bolagets styrning, tillsyn, organisation, strategier, intern kontroll, prognoser och policyer. Vidare beslutar styrelsen om

Styrelsens arbetskalender



större investeringar och principiella frågor rörande styrning av dotterföretag såsom val av styrelseledamöter och VD. Styrelsen ansvarar också för kvaliteten i den finansiella rapporteringen. VD ansvarar i sin tur för att bolagets förvaltning sker enligt styrelsens riktlinjer och anvisningar. Vidare ansvarar VD för att prognosticera och planera bolagets verksamhet så att uppställda mål uppnås. VD tillser att kontrollmiljön är god och att koncernens risktagande vid varje tidpunkt är förenlig med styrelsens riktlinjer. Eventuella avvikelser ska rapporteras till styrelsen. Varje månad får styrelsen även löpande information från VD via en månadsrapport.

VD och koncernledning

Clas Ohlsons VD leder koncernledningens arbete och fattar beslut avseende verksamheten i samråd med övriga i ledningen. Koncernledningen bestod vid utgången av verksamhetsåret av tio personer och möten har hållits månatligen och därutöver vid behov. Mötena är främst inriktade på strategisk och operativ uppföljning och utveckling samt resultatuppföljning. Utöver dessa möten sker ett nära dagligt samarbete inom ledningen.

Styrning av dotterföretagen

De fyra helägda dotterbolagen Clas Ohlson AS i Norge, Clas Ohlson OY i Finland, Clas Ohlson Ltd i Storbritannien och Clas Ohlson Ltd (Shanghai) i Kina styrs via egna styrelser i respektive land bestående främst av representanter från Clas Ohlson AB i Sverige. Styrelsen i Sverige får genom VD:s månadsrapporter löpande information beträffande dotterbolagen. I denna ingår även resultat och den finansiella ställningen för respektive bolag.

Externa och interna styrinstrument

Clas Ohlsons styrning sker inom ramarna för externa styrinstrument. Som exempel kan NASDAQ OMX Stockholms regelverk, Svensk Aktiebolagslag och Årsredovisningslagen nämnas.

Vidare finns interna styrinstrument som bland annat består av bolagsordningen, styrelsens arbetsordning, VD-instruktion, policyer, riktlinjer samt Clas Ohlsons värdegrund/företagskultur.

Clas Ohlsons företagskultur

Kärnan i Clas Ohlsons företagskultur är handelsmannaskap – ”vi har fokus på kunden och gillar att göra goda affärer”. Vår företagskultur bygger på värme, engagemang, handlingskraft och nytänkande. Dessa gemensamma värderingar genomsyrar det dagliga arbetet. Ett exempel på detta är att alla nyanställda i koncernens samtliga butiker har sin grundutbildning i Insjön.

Ersättningar

Styrelsens arvode uppgick under verksamhetsåret till 3,0 Mkr i enlighet med årsstämman beslut. Av arvodet avsåg 0,6 Mkr ersättning för arbete i styrelsens ersättnings- och revisionsutskott. Av styrelsens totala arvode tillföll 0,7 Mkr styrelsens ordförande. För styrelsemedlemmar som är anställda i bolaget utgår inte något arvode.

Ingen ersättning utgår till ledamöterna i valberedningen. Bolagets VD erhöll under motsvarande period en ersättning på totalt 5,7 Mkr, varav 1,1 Mkr utgjorde rörlig ersättning (STI se not 6). Rörlig ersättning på 0,0 Mkr gällande kostnadsförd men ej definitiv del av långsiktiga incitamentsprogram (LTI 2010, LTI 2011 och LTI 2012) har beräknats för VD. Beloppet inkluderar återföring avseende LTI 2010 då ingen optionstilldelning gjorts. Ersättning till övriga nio ledande befattningshavare uppgick till 16,4 Mkr varav 2,3 Mkr utgjorde rörlig ersättning. Rörlig ersättning gällande kostnadsförd men ej definitiv del av långsiktiga incitamentsprogram har beräknats till 0,2 Mkr. För samtliga tio ledande befattningshavare tillkommer även förmånen av fri bil. Årsstämman 2012 beslutade om riktlinjer för ersättningar till ledande befattningshavare avseende räkenskapsåret 2012/13.

Avgångsvederlag

Enligt anställningsavtalet med VD är den ömsesidiga uppsägningstiden sex månader. Vid uppsägning från bolagets sida tillkommer tolv månaders lön. Under uppsägningstiden utgår gällande fast lön, rörlig ersättning och förmåner.

Styrelsens sammansättning och närvaro under verksamhetsåret⁶

Ledamot ^{7,8}	Invald	Oberoende ¹	Oberoende ²	Styrelsemöten	Revisionsutskott	Ersättningsutskott
Anders Moberg	2003	Ja	Ja	8/8 ⁵		4/4 ⁵
Klas Balkow	2007	Nej ³	Ja	8/8		
Björn Haid	1990	Ja	Nej ⁴	8/8		4/4
Cecilia Marlow	2007	Ja	Ja	8/8	7/7	
Lottie Svedenstedt	2004	Ja	Ja	8/8	7/7	
Sanna Suvanto-Harsaae	2010	Ja	Ja	8/8		4/4
Urban Jansson	2005	Ja	Ja	8/8	7/7 ⁵	
Edgar Rosenberger	2009	Ja	Ja	8/8		3/4

¹ Oberoende i förhållande till bolaget och bolagsledningen enligt Svensk kod för bolagsstyrning.

² Oberoende i förhållande till större aktieägare i bolaget enligt Svensk kod för bolagsstyrning.

³ VD och koncernchef.

⁴ Stor aktieägare, se sidan 47.

⁵ Ordförande.

⁶ De fackliga organisationerna har haft två representanter i styrelsen.

För ytterligare information om styrelseledamöter, se sidan 78-81. Styrelsens och utskottens arbete beskrivs på sidan 50-55.

⁷ För uppgift om födelseår, arbetslivserfarenhet, uppdrag och aktieinnehav se sidan 78-81.

⁸ Ledamöternas ersättningar framgår av not 6, se sidan 68.

Pensioner

Styrelseledamöterna har inga pensionsförmåner för sina styrelseuppdrag.

Pensionsåldern för VD och övriga ledande befattningshavare är 65 år. VD har en avgiftsbaserad pension till vilken det under året har betalats 1,6 Mkr. Övriga ledande befattningshavare erhåller pensionsrätt med grund enligt den gällande ITP-planen som även omfattar övriga tjänstemän i Sverige.

Ersättningsprinciper

De övergripande principerna för ersättning till ledande befattningshavare ska utgå från befattningen, den individuella prestationen, koncernens resultat och att ersättningen ska vara konkurrenskraftig i anställningslandet. Den sammanlagda ersättningen till ledande befattningshavare ska bestå av fast lön, rörlig lön i form av kortsiktig incitament baserat på årliga prestationsmål, långsiktig incitament baserat på fleråriga prestationer, pension och andra förmåner. Till detta kommer villkor vid uppsägning och avgångsvederlag.

Clas Ohlson ska sträva efter att erbjuda en konkurrenskraftig total ersättningsnivå med tyngdpunkt på betalning efter prestation. Detta innebär att den rörliga ersättningen kan utgöra en betydande andel av den totala ersättningen. Målet är att den fasta ersättningen skall befinna sig i den jämförbara marknadens median medan den totala ersättningen, när Clas Ohlson AB når eller överträffar sina mål, ska vara i marknadens övre kvartil. För ytterligare information om ersättningar se not 6 sidan 67-69.

Riskhantering

Det är styrelsen som har det övergripande ansvaret för koncernens riskarbete. Inom Clas Ohlson uppdateras och analyseras koncernens risksituation regelbundet. Detta görs genom en systematisk process där risker identifieras, värderas och bedöms, hanteras, övervakas samt rapporteras. Prioritet läggs på de risker som vid en samlad bedömning avseende möjlig påverkan och sannolikhet bedöms kunna ge mest negativ effekt. En viktig aspekt i detta är de åtgärder som görs för att undvika (kontrollaktiviteter), reducera eller förflytta risken till annan part (försäkring). Riskerna läggs in i riskkartor för att tydliggöra den

samlade exponeringen. Kartläggningen har gjorts på koncernnivå och utgör ett verktyg för styrelsens och bolagsledningens strategiska och operativa styrning. Genom kartläggningen kan fokus riktas mot att minska företagens riskexponering och att reducera konsekvensen av eventuella infriade risker. Arbetet med att sammanställa, övervaka och utveckla riskarbetet görs av koncernens riskkommitté. Rapportering av koncernens samlade riskstatus görs internt till revisionsutskott och styrelse två gånger per år (se även sidorna 24-26 och not 2 sidan 66-67).

Hållbarhet

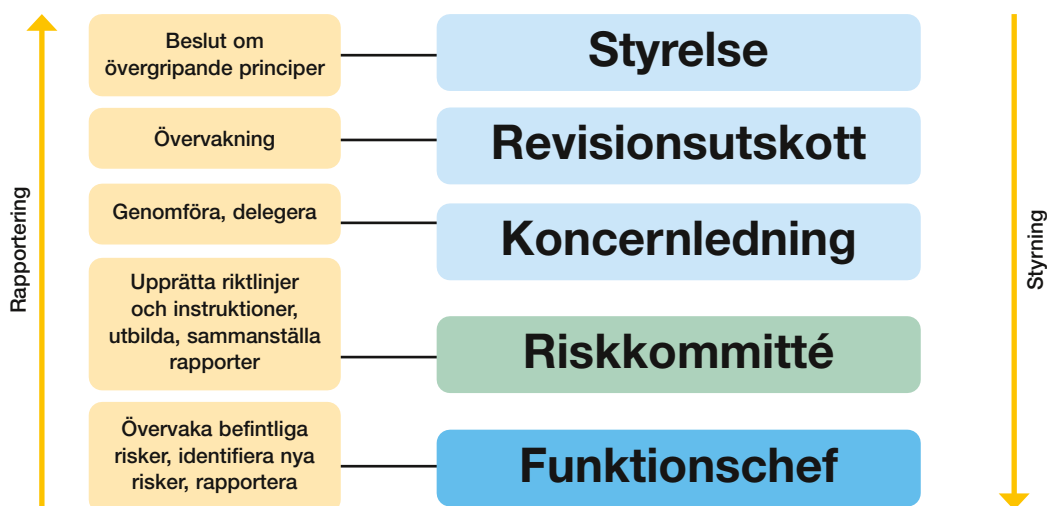
För Clas Ohlson är det viktigt att värna om och ta ansvar för människor och miljö som påverkas av vår verksamhet. Hållbarhetsarbetet är en integrerad del av Clas Ohlsons verksamhet som ska genomsyra hela organisationen. Bolagets hållbarhetsarbete leds genom ett CSR-forum som består av VD, representanter från koncernledningen och olika specialister inom relevanta områden. Forumet sätter upp mål, strategier och aktiviteter för koncernens hållbarhetsarbete och följer upp att arbetet bedrivs på ett effektivt sätt mot uppsatta mål.

I hållbarhetsarbetet utgör vår uppförandekod grunden för arbetet med uppföljning och förbättring i leverantörskedjan. Clas Ohlsons uppförandekod innehåller de krav vi ställer på oss själva, våra tillverkare och leverantörer vad gäller bland annat arbetsmiljö, arbetsvillkor, miljöpåverkan och antikorrupcion.

Internkontroll avseende den finansiella rapporteringen

Styrelsen har det övergripande ansvaret för bolagets system avseende intern kontroll. Ansvaret regleras av aktiebolagslagen som också anger att revisionsutskottet har ett särskilt ansvar för att övervaka effektiviteten i riskhantering och internkontroll avseende den finansiella rapporteringen. Bolagets arbete med den interna kontrollen följer det ramverk som framtagits av The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO). Ramverket består av fem delområden: kontrollmiljö, riskbedömning, kontrollaktiviteter, information och kommunikation samt uppföljning.

Riskhantering



Kontrollmiljö

Kontrollmiljön består av den organisationsstruktur och de värderingar, riktlinjer, policyer, instruktioner med mera som organisationen arbetar efter. Ett effektivt styrelsearbete är grunden för god internkontroll och Clas Ohlsons styrelse har en etablerad arbetsordning och tydliga instruktioner för sitt arbete. Detta inkluderar även styrelsens ersättnings- och revisionsutskott.

En del i styrelsens arbete är att utarbeta och godkänna de policyer som är styrande för koncernens arbete med den interna kontrollen. En annan del är att skapa förutsättningar för en organisationsstruktur med tydliga roller och ansvar som utmynnar i en effektiv hantering av verksamhetens risker.

Inom koncernen finns ett regelverk för besluts- och attestnivåer som följer koncernens organisationsstruktur. Fokus har riktats på att tydliggöra vem som har beslutsmandatet för investeringar, aktiviteter, tecknande av avtal med mera inom respektive funktion och med begränsningar i belopp. I de fall beloppet överstiger funktionens mandat hänförs beslutet till nästa nivå i organisationen. Detta har gjorts i syfte att ytterligare förbättra bolagsstyrningen och kännedom om beslut som fattas på olika nivåer i organisationen. Besluts- och attestregelverket utgör basen för beslutsfattandet inom Clas Ohlson.

Verkställande ledning är ansvarig för att implementera riktlinjer för upprätthållande av god intern kontroll. Fortlöpande pågår ett arbete med att utveckla och förbättra den interna kontrollen. Verkställande ledning och revisionsutskottet rapporterar kontinuerligt till styrelsen enligt fastställda rutiner.

All verksamhet bedrivs i enlighet med de etiska riktlinjer som framtagits i koncernens "Code of Conduct".

Riskbedömning och kontrollaktiviteter

Inom företaget har en modell utarbetats för bedömning av risken för fel i den finansiella rapporteringen. Modellen syftar till att identifiera poster i resultat- och balansräkningen samt processer för framtagande av finansiell information där risken för fel bedöms som förhöjd.

Koncernens intäkter består till 98 procent av försäljning i butik där betalningen i huvudsak erhålls kontant eller med kontokort. Intäkterna redovisas i sin helhet på bankkonton som stäms av dagligen. Risken för fel i intäktsredovisningen är begränsad. Koncernens kostnader består främst av varukostnader, frakter, löner och sociala avgifter, hyreskostnader och marknadsföring. Prognoser beträffande intäkter och kostnader har fördelats på varje butik och avdelning. Utfallet kontrolleras varje månad mot såväl prognos som föregående år. Avvikelse går igenom av närmaste chef.

Clas Ohlsons tillgångar utgörs till 85 procent av varulager och anläggningstillgångar. Särskild vikt har därför lagts vid utformning av interna kontroller för att förebygga och upptäcka brister inom dessa områden.

Processerna och kontrollstrukturen finns dokumenterade i en ekonomihandbok som uppdateras löpande. Fortlöpande pågår ett arbete med att utvärdera de mest väsentliga processerna inom koncernen. Inom varje process kartläggs de största riskerna. Därefter görs en bedömning om de kontroller som utförs är tillräckliga. Om behov föreligger införs ytterligare kompenserande kontroller för att reducera risken till en acceptabel nivå.

Dotterbolagen har redovisningsansvariga och controllers som säkerställer att den ekonomiska rapporteringen är korrekt och komplett. Vidare säkerställer de att legala regler följs och att rapportering sker inom fastställda tidsramar till den operativa ledningen och till koncernens ekonomifunktion. Dessutom finns controllers på större koncernfunktioner och på koncernens ekonomifunktion med motsvarande ansvar. Koncernfunktionen har ett nära och väl fungerande samarbete med dotterbolagen gällande rapportering och bokslut. Samtliga dotterbolag rapporterar månadsvis fullständiga bokslut vilka utgör grunden för koncernens konsoliderade rapportering.

Information och kommunikation

Väsentliga policyer, riktlinjer, instruktioner och manualer som har betydelse för den interna kontrollen uppdateras och kommuniceras till berörda medarbetare löpande. Allmänna riktlinjer och instruktioner finns även utlagda på bolagets intranät som samtliga medarbetare i koncernen har tillgång till. Det finns såväl formella som informella informationskanaler till bolagsledningen och styrelsen för information från medarbetarna. Via revisionsutskottet får styrelsen regelbundet återkoppling från verksamheten avseende frågeställningar som berör den interna kontrollen. För extern kommunikation finns riktlinjer som stödjer kravet på att ge korrekt information till aktiemarknaden.

Uppföljning av intern kontroll

Bolagsledningen och revisionsutskottet rapporterar regelbundet till styrelsen utifrån fastställda rutiner. Varje månad får styrelsen löpande information från VD via en månadsrapport för koncernen. I månadsrapporten lämnas även information beträffande dotterbolagens resultat och finansiella ställning.

Varje delårsrapport analyseras av revisionsutskottet avseende riktigheten i den finansiella informationen. Revisionsutskottet har även en central roll i att följa upp att det finns tillräckliga kontrollaktiviteter för de mest väsentliga riskområdena avseende den finansiella rapporteringen samt att kommunicera väsentliga frågor med bolagets ledning, styrelse och revisorer. En viktig del är att säkerställa att eventuella synpunkter från revisorerna åtgärdas. Två gånger per år träffar hela styrelsen bolagets revisorer för att ta del av den externa revisionen och diskutera aktuella frågor. Revisorernas rapportering utgör en del av styrelsens arbete med att bilda sig en uppfattning om den interna kontrollen och riktigheten i den finansiella informationen. VD deltar inte i eventuella frågeställningar som berör bolagsledningen.

Internrevision

Efter utvärdering under 2012/13 och tidigare år har styrelsen hittills inte funnit anledning att inrätta en internrevisionsfunktion. Istället har bolagets koncernövergripande controllerfunktion anpassats för att även hantera arbetet med bolagets interna kontroll. Frågan om att inrätta en särskild internrevisionsfunktion kommer att prövas på nytt årligen. Vidare har en riskkommitté etablerats som fortlöpande utvärderar bolagets väsentliga risker och kontrollaktiviteter.

Anställda

Antalet anställda i koncernen var i genomsnitt 2524 (2370) varav 1097 (1000) kvinnor. Fördelning per land är 1 397 (1305) i Sverige, 665 (628) i Norge, 223 (190) i Finland, 191 (210) i Storbritannien och 48 (37) i Kina. Ytterligare information om anställda finns i noterna 6 och 31 i årsredovisningen.

Risker och osäkerhetsfaktorer

Clas Ohlsons verksamhet är utsatt för risker av såväl finansiell karaktär som rörelsekaraktär. Risker av finansiell karaktär utgörs främst av löneinflation, råvarupriser, transportkostnader och valutaexponering medan risker av rörelsekaraktär utgörs av etableringarna i Storbritannien och Tyskland, inköp i Asien, IT-system, konkurrens, logistik, nyckelpersoner, socialt ansvar, sortiment och svinn. När det gäller beskrivning och kvantifiering av de finansiella riskerna beskrivs dessa i not 2 i årsredovisningen samt på sidan 24-26 i den tryckta årsredovisningen.

Socialt ansvar

Inom Clas Ohlson bedrivs ett löpande arbete gällande socialt ansvar med bland annat uppföljning av vår uppförandekod. Detta arbete beskrivs på sidan 27-43 i den tryckta årsredovisningen samt på hemsidan om.clasohlson.com.

Miljöpåverkan

Bolaget har anmälningsplikt gällande den verksamhet som rör mellanlagring av elektronikavfall. Anmälningsplikten gäller till varje svensk kommun i vilken bolaget har en butik. I övrigt bedriver bolaget inte några anmälningspliktiga eller tillståndspliktiga verksamheter enligt miljöbalken. När det gäller el- och elektronikavfall samarbetar bolaget i Sverige med organisationen Elkretsen, som är elbranschens gemensamma bolag för hanteringen. Bolaget är anslutet till returorganisationen REPA. I Norge är bolaget anslutet till returorganisationerna AS Batteriretur, Renas AS, Elektronikretur AS och Hvitvareretur AS. I Finland sker motsvarande samarbete med Serty och i Storbritannien med Valpak.

Inom koncernen bedrivs ett kontinuerligt miljöarbete och detta beskrivs mer utförligt på sidan 40-43 i den tryckta årsredovisningen samt på hemsidan om.clasohlson.com.

Riktlinjer för ersättning till ledande befattningshavare

De övergripande principerna för ersättning till ledande befattningshavare ska utgå från befattningen, den individuella prestationen, koncernens resultat och att ersättningen ska vara konkurrenskraftig i anställningslandet. Den sammanlagda ersättningen till ledande befattningshavare ska bestå av fast lön, rörlig lön i form av kortsiktigt incitament baserat på årliga prestationsmål, långsiktigt incitament baserat på fleråriga prestationer, pension och andra förmåner. Till detta kommer villkor vid uppsägning och avgångsvederlag.

Clas Ohlson ska sträva efter att erbjuda en konkurrenskraftig total ersättningsnivå med tyngdpunkt på betalning efter prestation. Detta innebär att den rörliga ersättningen

kan utgöra en betydande andel av den totala ersättningen. Målet är att den fasta ersättningen skall befinna sig i den jämförbara marknadens median medan den totala ersättningen, när Clas Ohlson AB når eller överträffar sina mål, ska vara i marknadens övre kvartil.

Fast lön

Fast lön skall utgöra grunden för den totala ersättningen. Lönen skall vara relaterad till den relevanta marknaden och avspegla omfattningen av det ansvar som arbetet innebär. Den fasta löns utveckling skall bero på hur väl arbetet utförs samt hur väl medarbetaren utvecklar sina kompetenser för att anta framtida arbetsuppgifter med större ansvar. Den fasta lönen skall ses över årligen för att säkerställa marknadsmässig och konkurrenskraftig fast lön.

Rörlig lön (Short Term Incentive "STI")

Ledande Befattningshavare skall utöver den fasta lönen kunna erhålla STI för resultat som överskrider en eller flera förutbestämda prestationsnivåer under ett verksamhetsår utformade med syfte att främja bolagets långsiktiga värdeskapande. Klart definierade prestationsmål bestäms årligen av styrelsen eller av personer som styrelsen utser. Prestationsmålen kan vara verksamhetsanknutna, finansiella och personliga. Ersättningen från STI-programmet har en begränsning (tak), vilket gör att Clas Ohlson AB från början kan beräkna maximala ersättningsnivåer. I den mån en prestation inte motsvarar lägsta prestationsnivå utgår ingen STI. STI skall vara beroende av position och får uppgå till maximalt 50 procent av lönen vid uppnående av så kallad tak-nivå, vilket också utgör maximalt utfall av STI. STI-ersättningen villkoras vidare av att de prestationer på vilka intjänandet grundar sig på visar sig vara hållbara över tid samt att Clas Ohlson AB kan återkräva sådan ersättning som utbetalats på grundval av uppgifter som senare visat sig vara uppenbart felaktiga.

Långsiktiga incitament (Long Term Incentive "LTI")

Syftet med LTI-programmen är att skapa förutsättningar för att behålla och rekrytera kompetent personal till koncernen. Programmen har utformats för att det bedömts önskvärt att deltagarna i större utsträckning är aktieägare i bolaget, vilket förväntas påverka deras långsiktiga arbetsinsatser positivt. Genom att knyta deltagarnas belöning till bolagets resultat- och värdeutveckling, premieras fortsatt företagslojalitet och därigenom den långsiktiga värdetillväxten i bolaget.

Långsiktiga incitamentsprogram som ger anställda rätt att förvärva aktier förutsätter godkännande av bolagsstämma. Under räkenskapsåret har LTI 2010, LTI 2011 och LTI 2012 pågått. Efter räkenskapsårets slut har LTI 2010 avslutats och LTI 2013 igångsatts. LTI 2010, LTI 2011, LTI 2012 och LTI 2013 är aktiematchnings- och resultatbaserade personaloptionsprogram.

Pension

Pensionsöverenskommelser ska, som huvudregel, vara avgiftsbaserade och utformade i enlighet med nivåer och praxis som gäller i det land som den ledande befattningshavaren är anställd i.

Övriga förmåner

Övriga förmåner kan förekomma i enlighet med de villkor som gäller för det land som den ledande befattningshavaren är anställd i. Sådana förmåner får dock inte utgöra en större andel av den sammanlagda ersättningen.

Uppsägningstid och avgångsvederlag

Ledande befattningshavare ska erbjudas villkor i enlighet med den lagstiftning och praxis som gäller för det land i vilket vederbörande är anställd. Under uppsägningstiden ska ledande befattningshavare vara förhindrade att verka i konkurrerande verksamhet. I vissa fall kan ett konkurrensförbud mot fortsatt ersättning tillämpas högst för 24 månader efter uppsägningstidens utgång.

Bemyndigande för styrelsen att frångå riktlinjerna

Om särskilda skäl föreligger ska styrelsen kunna frångå dessa riktlinjer. I händelse av en större avvikelse ska inför nästa årsstämma aktieägarna informeras om skälen för detta.

För mer information om ersättningar, se not 6 samt sidan 38 i årsredovisningen.

Moderbolaget

Moderbolagets omsättning uppgick till 5 157 Mkr (4 924 Mkr) och resultatet efter finansiella poster uppgick till 307 Mkr (481 Mkr). Verksamhetsårets investeringar har uppgått till 83 Mkr (120 Mkr). Moderbolagets ansvarsförbindelser uppgick till 275 Mkr (282 Mkr).

Händelser efter årets slut

Årsstämman i Clas Ohlson AB gav den 8 september 2012 styrelsen mandat att under perioden fram till nästa årsstämma förvärva maximalt 859 000 aktier för att säkra företagets åtagande i samband med införandet av ett aktierelaterat incitamentsprogram, LTI 2013. Det totala antalet aktier som krävs för att säkra åtagandet för LTI 2013 har beräknats till 780 000 aktier. En del av åtagandet för LTI 2013 kan säkras genom att använda aktier (543 419) som återköpts för att säkra LTI 2010 som förfallit och där endast matchningsaktier tilldelats (26 581 aktier av de 570 000 som återköptes).

Styrelsen har beslutat att utnyttja stämmans bemyndigande för att återköpa de resterande 236 581 aktier som krävs för att säkra bolagets åtagande gällande LTI 2013. Förvärv kommer att ske på Nasdaq OMX Stockholm, under perioden fram till årsstämman 2013, till ett pris inom det vid var tid registrerade kursintervallet. Bolagets innehav av Clas Ohlson aktier uppgick per den 30 april 2013 till 2 312 192 aktier motsvarande 4 procent av totala antalet registrerade aktier.

Utdelning

Clas Ohlsons utdelningspolicy har justerats enligt följande: Utdelningen ska utgöra minst hälften av resultatet per aktie efter skatt med beaktande av den finansiella ställningen.

Den tidigare utdelningspolicy var att utdelningsandelen bör motsvara cirka 50 procent av vinsten efter skatt samt att eventuell överskjutande likviditet kan delas ut.

Styrelsen föreslår en utdelning för 2012/13 på 4,25 kr per aktie (4,25 kr). Den föreslagna utdelningen uppgår totalt till 279 Mkr (279) vilket utgör 84 procent (70) av verksamhetsårets resultat efter skatt.

Förslag till vinstdisposition

Till årsstämmans förfogande står följande vinstmedel (tusental svenska kronor):

Balanserad vinst	434 739
Årets vinst	145 991
Summa	580 730

Styrelsen och verkställande direktören föreslår att:

Till aktieägarna utdelas 4,25 kronor per aktie	278 800
I ny räkning överföres	301 930
Summa	580 730

Som avstämningsdag för utdelning föreslås den 11 september 2013. Den av årsstämman beslutade utdelningen beräknas i så fall utsändas den 16 september 2013.

Med hänvisning till ovanstående och vad som i övrigt kommit till styrelsens kännedom är styrelsens uppfattning följande: En allsidig bedömning av moderbolagets och koncernens ekonomiska ställning medför att utdelningen är försvarlig med hänvisning till de krav som verksamhetens art, omfattning och risker ställer på moderbolagets och koncernens egna kapital och likviditet. När det gäller koncernens soliditet uppgår denna till 59,1 procent före utdelning och 55,1 procent efter utdelning. Detta bedöms vara en fullgod soliditet även beaktat den kommande expansionen.

Beträffande företagets resultat och ställning i övrigt hänvisas till efterföljande resultat- och balansräkningar med tillhörande bokslutskommentarer.

Fem år i sammandrag

Mkr	2012/2013	2011/2012	2010/2011	2009/2010	2008/2009
RESULTATRÄKNING					
Nettoomsättning	6 518,9	6 260,0	5 828,0	5 555,8	4 930,2
Rörelseresultat	430,6	560,6	507,1	590,5	502,8
Resultat före skatt	419,9	551,0	499,0	588,2	503,8
Inkomstskatt	-88,4	-150,5	-134,6	-155,4	-138,3
Årets resultat	331,5	400,5	364,4	432,8	365,5
BALANSRÄKNING					
Anläggningstillgångar	1 464,8	1 518,5	1 480,4	1 366,5	1 197,5
Varulager	1 303,9	1 228,7	1 429,2	1 204,1	1 117,2
Kortfristiga fordringar	214,9	197,5	176,7	173,4	164,5
Likvida medel	124,6	111,8	132,6	98,8	92,0
Summa tillgångar	3 108,2	3 056,5	3 218,9	2 842,8	2 571,2
Eget kapital	1 836,5	1 843,8	1 656,8	1 646,1	1 493,1
Långfristiga skulder, räntebärande	-	-	300,0	100,0	65,0
Långfristiga skulder, icke räntebärande	185,7	195,7	165,9	90,3	86,4
Kortfristiga skulder, räntebärande	-	30,0	261,7	171,4	208,6
Kortfristiga skulder, icke räntebärande	1 086,0	987,0	834,5	835,0	718,1
Summa eget kapital och skulder	3 108,2	3 056,5	3 218,9	2 842,8	2 571,2
KASSAFLÖDE					
Kassaflöde från rörelsen	517,8	964,9	350,3	602,8	339,7
Investeringar	-166,5	-206,1	-295,3	-315,8	-433,1
Kassaflöde efter investeringar	351,3	758,8	55,0	287,0	-93,4
Finansieringsverksamheten	-334,4	-781,5	-6,0	-267,9	-109,2
Årets kassaflöde	16,9	-22,7	49,0	19,1	-202,6
NYCKELTAL					
Omsättningstillväxt, %	4,1	7,4	4,9	12,7	5,8
Bruttomarginal, %	41,6	42,1	41,6	40,8	40,8
Rörelsemarginal, %	6,6	9,0	8,7	10,6	10,2
Avkastning på sysselsatt kapital, %	23,2	27,9	24,6	32,6	32,6
Avkastning på eget kapital, %	18,3	23,1	22,5	28,0	24,4
Soliditet, %	59,1	60,3	51,5	57,9	58,1
Försäljning per kvadratmeter i butik, tkr	31	34	34	38	38
Antal butiker vid årets slut	174	157	139	120	106
Antal årsanställda	2 524	2 370	2 219	2 048	1 938
DATA PER AKTIE					
Genomsnittligt antal aktier före utspädning	63 349 241	63 635 998	63 802 230	64 383 906	65 065 008
Genomsnittligt antal aktier efter utspädning	63 421 154	63 702 052	63 870 584	64 432 321	65 075 701
Vinst per aktie före utspädning, kr	5,23	6,29	5,71	6,72	5,62
Vinst per aktie efter utspädning, kr	5,23	6,29	5,71	6,72	5,62
Bruttokassaflöde per aktie, kr	8,39	9,11	8,27	8,86	7,04
Eget kapital per aktie, kr	29,02	28,98	26,01	25,61	22,99
Utdelning, kr	4,25 ¹	4,25	3,75	3,75	3,00

¹ Föreslagen utdelning.

Kommentarer

Försäljning

Försäljningen uppgick till 6 519 Mkr jämfört med 6 260 Mkr föregående år, en ökning med 4 procent. I lokala valutor ökade försäljningen med 5 procent. Distanshandeln uppgick till 122 Mkr (95 Mkr), en ökning med 28 procent. Clas Ohlsons nya e-handelsplattform lanserades i Norden och Storbritannien under perioden april till september 2012 vilket påverkat distanshandelsförsäljningen positivt.

Antal butiker

2012/13 öppnades 17 nya butiker (18). Antalet butiker var vid periodens utgång 174 varav 73 i Sverige, 62 i Norge, 27 i Finland och 12 i Storbritannien.

Rörelseresultat

Rörelseresultatet uppgick till 431 Mkr (561 Mkr). Förändringen beror främst på lägre försäljning i jämförbara butiker och lägre bruttomarginal jämfört med samma period föregående år.

Bruttomarginal

Bruttomarginalen uppgick till 41,6 procent vilket är 0,5 procentenheter lägre jämfört med motsvarande period föregående år (42,1 procent). Marginalen har påverkats negativt av valutaeffekter och försäljningsmix.

Rörelsemarginal

Rörelsemarginalen uppgick till 6,6 procent (9,0 procent). Förändringen beror främst på lägre försäljning i jämförbara butiker och lägre bruttomarginal jämfört med samma period föregående år.

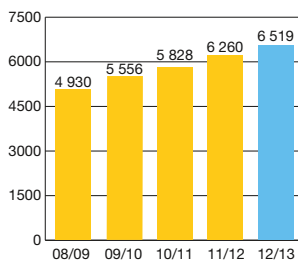
Kassaflöde

Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick under verksamhetsåret till 518 Mkr (965 Mkr). Under verksamhetsåret har 73 Mkr i extra skatteinbetalning gjorts, då reglerna för svenska bolag med brutna räkenskapsår ändrats med tidigarelagd inbetalning av preliminär skatt. Skillnaden i övrigt mellan åren beror huvudsakligen på positiv rörelsekapitalförändring 2011/12, till följd av väsentligt reducerade lagervärden. Årets kassaflöde, efter investerings- och finansieringsverksamhet, var 17 Mkr (-23 Mkr). Ordinarie utdelning till Clas Ohlsons aktieägare i september 2012 uppgick till 269 Mkr (239 Mkr).

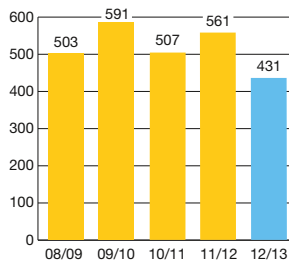
Avkastning

Avkastningen på sysselsatt kapital uppgick till 23,2 procent (27,9 procent) och avkastningen på eget kapital uppgick till 18,3 procent (23,1 procent).

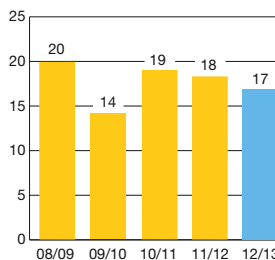
Försäljning, Mkr



Rörelseresultat, Mkr



Antal nya butiker



Koncernen

Resultaträkning

Mkr	Not	120501 -130430	110501 -120430
	1, 2		
Nettoomsättning		6 518,9	6 260,0
Kostnad för sålda varor	4, 5, 6	-3 809,5	-3 623,7
Bruttoresultat		2 709,4	2 636,3
Försäljningskostnader	4, 5, 6	-2 103,4	-1 906,6
Administrationskostnader	4, 5, 6, 7	-173,9	-168,4
Övriga rörelseintäkter	3	24,5	23,2
Övriga rörelsekostnader	3	-26,0	-23,9
Rörelseresultat		430,6	560,6
<i>Finansiella poster</i>			
Finansiella intäkter	8	1,9	6,0
Finansiella kostnader	8	-12,6	-15,6
Resultat före skatt		419,9	551,0
Inkomstskatt	9	-88,4	-150,5
Årets vinst		331,5	400,5
Antal aktier, miljoner		63,3	63,6
Vinst per aktie, kr (före och efter utspädning för vinst hänförlig till moderbolagets aktieägare under året)	10	5,23	6,29
Föreslagen utdelning per aktie, kr	11	4,25	4,25

Totalresultat Koncernen

Mkr	120501 -130430	110501 -120430
Årets vinst	331,5	400,5
Övriga totalresultat, netto efter skatt:		
Valutakursdifferens	-37,2	20,9
Kassaflödessäkring	2,6	8,0
Övriga totalresultat, netto efter skatt:	-34,6	28,9
Totalresultat för året	296,9	429,4

Kassaflödesanalys

Mkr	120501 -130430	110501 -120430
<i>Den löpande verksamheten</i>		
Rörelseresultat	430,6	560,6
<i>Justering för poster som inte ingår i kassaflödet</i>		
- avskrivningar	197,7	179,1
- resultat från försäljning/utrangering av anläggningstillgångar	-0,5	-0,6
- övriga ej kassaflödospåverkande poster	5,8	10,0
Erhållna räntor	1,9	6,0
Erlagda räntor	-12,6	-16,6
Betald skatt	-172,7	-77,3
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapital	450,4	661,2
<i>Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital</i>		
- kundfordringar	-4,5	-1,1
- varulager	-91,8	209,1
- övriga fordringar	-17,7	-1,1
- leverantörsskulder	117,2	66,0
- andra kortfristiga räntefria rörelseskulder	64,2	30,8
Kassaflöde från den löpande verksamheten	517,8	964,9
<i>Investeringsverksamheten</i>		
Investeringar i immateriella anläggningstillgångar	-36,8	-55,5
Investeringar i materiella anläggningstillgångar	-130,3	-151,4
Försäljning av inventarier	0,6	0,6
Amortering av finansiella anläggningstillgångar	-	0,2
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-166,5	-206,1
<i>Finansieringsverksamheten</i>		
Förändring av kortfristiga räntebärande skulder	-30,0	-231,7
Banklån		
- nya lån	150,0	-
- amortering	-150,0	-300,0
Återköp av egna aktier	-35,4	-11,2
Utdelning till aktieägare	-269,0	-238,6
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	-334,4	-781,5
Årets kassaflöde	16,9	-22,7
Likvida medel vid årets början	111,8	132,6
Kursdifferens i likvida medel	-4,1	1,9
Likvida medel vid årets slut	124,6	111,8

Koncernen

Balansräkning

Mkr	Not	13-04-30	12-04-30
Tillgångar			
Anläggningstillgångar	12		
<i>Immateriella anläggningstillgångar</i>		111,0	87,4
<i>Materiella anläggningstillgångar</i>			
Byggnader och mark		514,8	542,6
Inventarier, verktyg och installationer		835,8	885,0
Summa materiella anläggningstillgångar		1 350,6	1 427,6
<i>Finansiella anläggningstillgångar</i>			
Aktier och andelar		-	0,1
Uppskjutna skattefordran	9	3,1	3,2
Långfristiga fordringar		0,1	0,2
Summa finansiella anläggningstillgångar		3,2	3,5
Summa anläggningstillgångar		1 464,8	1 518,5
Omsättningstillgångar			
Varulager	13	1 303,9	1 228,7
Kundfordringar	14	21,3	17,1
Skattefordran		20,7	-
Övriga fordringar	17	19,3	27,1
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	15	153,6	153,3
Likvida medel	16	124,6	111,8
Summa omsättningstillgångar		1 643,4	1 538,0
Summa tillgångar		3 108,2	3 056,5

Balansräkning

Mkr	Not	13-04-30	12-04-30
Eget kapital och skulder			
Eget kapital	18		
<i>Kapital och reserver som kan hänföras till moderbolagets aktieägare</i>			
Aktiekapital, 65 600 000 aktier med kvotvärde 1,25		82,0	82,0
Övrigt tillskjutet kapital		90,4	90,4
Andra reserver		-81,6	-47,0
Balanserad vinst inklusive årets resultat		1 745,7	1 718,4
Summa eget kapital		1 836,5	1 843,8
Långfristiga skulder			
Uppskjutna skatteskulder	9	180,5	190,5
Banklån	20	-	-
Pensionsförpliktelser	19	0,2	0,3
Övriga långfristiga skulder		5,0	5,0
Summa långfristiga skulder		185,7	195,8
Kortfristiga skulder			
Utnyttjad checkkredit	20	-	30,0
Leverantörsskulder	20	511,8	396,8
Skatteskuld		38,1	101,1
Övriga kortfristiga skulder	17, 20	75,9	65,3
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	21	431,0	397,4
Övriga avsättningar	22	29,2	26,4
Summa kortfristiga skulder		1 086,0	1 016,9
Summa eget kapital och skulder		3 108,2	3 056,5

Förändring i koncernens eget kapital (not 18) Hänförligt till moderföretagets aktieägare

Mkr	Aktiekapital	Övrigt tillskjutet kapital	Omräknings-differenser	Säkrings-reserv	Balanserad vinst	Summa
Ingående balans per 1 maj 2011	82,0	90,4	-71,0	-4,9	1 560,3	1 656,8
Totalresultat						
Årets resultat	0,0	0,0	0,0	0,0	400,5	400,5
Övrigt totalresultat						
Kassafördessäkringar efter skatt	0,0	0,0	0,0	8,0	0,0	8,0
Valutakursdifferenser	0,0	0,0	20,9	0,0	0,0	20,9
Summa övrigt totalresultat	0,0	0,0	20,9	8,0	0,0	28,9
Summa totalresultat	0,0	0,0	20,9	8,0	400,5	429,4
Transaktioner med aktieägare						
Återköp av egna aktier	0,0	0,0	0,0	0,0	-11,2	-11,2
Personaloptionsprogram: värde på anställdas tjänstgöring	0,0	0,0	0,0	0,0	7,4	7,4
Utdelning	0,0	0,0	0,0	0,0	-238,6	-238,6
Summa transaktioner med aktieägare	0,0	0,0	0,0	0,0	-242,4	-242,4
Utgående balans per 30 april 2012	82,0	90,4	-50,1	3,1	1 718,4	1 843,8
Ingående balans per 1 maj 2012	82,0	90,4	-50,1	3,1	1 718,4	1 843,8
Totalresultat						
Årets resultat	0,0	0,0	0,0	0,0	331,5	331,5
Övrigt totalresultat						
Kassafördessäkringar efter skatt	0,0	0,0	0,0	2,6	0,0	2,6
Valutakursdifferenser	0,0	0,0	-37,2	0,0	0,0	-37,2
Summa övrigt totalresultat	0,0	0,0	-37,2	2,6	0,0	-34,6
Summa totalresultat	0,0	0,0	-37,2	2,6	331,5	296,9
Transaktioner med aktieägare						
Återköp av egna aktier	0,0	0,0	0,0	0,0	-35,4	-35,4
Personaloptionsprogram: värde på anställdas tjänstgöring	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,2
Utdelning	0,0	0,0	0,0	0,0	-269,0	-269,0
Summa transaktioner med aktieägare	0,0	0,0	0,0	0,0	-304,2	-304,2
Utgående balans per 30 april 2013	82,0	90,4	-87,3	5,7	1 745,7	1 836,5

Moderbolaget

Resultaträkning

Mkr	Not	120501 -130430	110501 -120430
	1, 2		
Nettoomsättning	23	5 157,4	4 924,3
Kostnad för sålda varor	4, 23	-3 738,8	-3 451,1
Bruttoresultat		1 418,6	1 473,2
Försäljningskostnader	4,5,6	-967,7	-866,0
Administrationskostnader	4,5,6,7	-134,1	-128,5
Övriga rörelseintäkter	3	24,1	23,1
Övriga rörelsekostnader	3	-24,9	-23,9
Rörelseresultat	4,5,6,7	316,0	477,9
<i>Finansiella poster</i>			
Ränteintäkter	8	6,9	22,2
Räntekostnader	8	-15,9	-19,5
Resultat efter finansiella poster		307,0	480,6
Bokslutsdispositioner	25	-100,9	-148,6
Resultat före skatt		206,1	332,0
Inkomstskatt	9	-60,1	-85,6
Årets vinst		146,0	246,4
Föreslagen utdelning per aktie, kr (före och efter utspädning)	11	4,25	4,25

Totalresultat Moderbolaget

Mkr	120501 -130430	110501 -120430
Årets vinst	146,0	246,4
Övriga totalresultat, netto efter skatt:		
Resultat från säkring av nettoinvestering i utlandsverksamhet	-21,0	12,4
Totalresultat för året	125,0	258,8

Kassaflödesanalys

Mkr	120501 -130430	110501 -120430
<i>Den löpande verksamheten</i>		
Rörelseresultat	316,0	477,9
<i>Justering för poster som inte ingår i kassaflödet</i>		
- avskrivningar	129,5	112,7
- resultat från försäljning/utrangering av anläggningstillgångar	-0,2	1,0
- övriga ej kassaflödespåverkande poster	5,4	20,5
Erhållna räntor	6,9	22,2
Erlagda räntor	-15,9	-20,5
Betald skatt	-149,8	-52,3
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapital	291,9	561,5
<i>Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital</i>		
- kundfordringar	-2,6	-2,8
- varulager	-28,5	182,2
- övriga fordringar	-98,9	-14,2
- leverantörsskulder	116,6	60,1
- andra kortfristiga räntefria rörelseskulder	-111,9	129,6
Kassaflöde från den löpande verksamheten	166,6	916,4
<i>Investeringsverksamheten</i>		
Investeringar i immateriella anläggningstillgångar	-36,8	-55,5
Investeringar i materiella anläggningstillgångar	-46,6	-64,0
Försäljning av inventarier	0,3	0,5
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-83,1	-119,0
<i>Finansieringsverksamheten</i>		
Återköp av aktier	-35,4	-11,2
Återbetalning från dotterföretag	191,6	-
Förändring av kortfristiga räntebärande skulder	-30,0	-231,7
Banklån - nya lån	150,0	-
- amortering	-150,0	-300,0
Utdelning till aktieägare	-269,0	-238,6
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	-142,8	-781,5
Årets kassaflöde	-59,3	15,9
Likvida medel vid årets början	86,1	70,2
Likvida medel vid årets slut	26,8	86,1

Moderbolaget

Balansräkning

Mkr	Not	13-04-30	12-04-30
Tillgångar			
Anläggningstillgångar	12		
<i>Immateriella anläggningstillgångar</i>		111,0	87,4
<i>Materiella anläggningstillgångar</i>			
Byggnader och mark		513,8	541,3
Inventarier, verktyg och installationer		485,0	528,1
Summa materiella anläggningstillgångar		998,8	1 069,4
<i>Finansiella anläggningstillgångar</i>			
Fordran koncernföretag		200,6	413,3
Andelar i koncernföretag	24	33,3	33,3
Aktier och andelar		-	0,1
Summa finansiella anläggningstillgångar		233,9	446,7
Summa anläggningstillgångar		1 343,7	1 603,5
Omsättningstillgångar			
<i>Varulager</i>			
Handelsvaror	13	867,0	838,5
Summa varulager		867,0	838,5
<i>Kortfristiga fordringar</i>			
Kundfordringar	14	14,8	12,2
Skattefordran		20,7	-
Fordran på koncernföretag	23	175,2	104,7
Övriga fordringar		3,9	1,5
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	15	79,2	73,9
Summa kortfristiga fordringar		293,8	192,3
Kassa och bank	26	26,8	86,1
Summa omsättningstillgångar		1 187,6	1 116,9
Summa tillgångar		2 531,3	2 720,4

Balansräkning

Mkr	Not	13-04-30	12-04-30
Eget kapital och skulder			
Eget kapital	18		
<i>Bundet eget kapital</i>			
Aktiekapital, 65 600 000 aktier med kvotvärde 1,25		82,0	82,0
Reservfond		106,8	106,8
Summa bundet eget kapital		188,8	188,8
<i>Fritt eget kapital</i>			
Fond för verkligt värde		-53,0	-32,0
Balanserad vinst		487,8	545,6
Årets vinst		146,0	246,4
Summa fritt eget kapital		580,8	760,0
Summa eget kapital		769,6	948,8
Obeskattade reserver	27	824,0	723,1
Avsättningar			
Övriga avsättningar	22	18,2	13,9
Summa avsättningar		18,2	13,9
Långfristiga skulder			
Övriga långfristiga skulder	20	5,0	5,0
Banklån	20	-	-
Summa långfristiga skulder		5,0	5,0
Kortfristiga skulder			
Nyttjad checkkredit	20	0,0	30,0
Leverantörsskulder	20	458,5	341,9
Skuld till koncernföretag		199,9	357,0
Skatteskuld		-	70,5
Övriga kortfristiga skulder	20	12,9	13,8
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	21	243,2	216,4
Summa kortfristiga skulder		914,5	1 029,6
Summa eget kapital och skulder		2 531,3	2 720,4
Ställda säkerheter	28	0,0	0,0
Ansvarsförbindelser	29	275,3	281,5

Förändring i moderbolagets eget kapital

Mkr	Aktiekapital	Reservfond	Fritt eget kapital	Summa
Ingående balans per 1 maj 2011	82,0	106,8	743,6	932,4
Utdelning			-238,6	-238,6
Återköp egna aktier			-11,2	-11,2
Personaloptionsprogram: värde på anställdas tjänstgöring			7,4	7,4
Övrigt totalresultat			258,8	258,8
Utgående balans per 30 april 2012	82,0	106,8	760,0	948,8
Ingående balans per 1 maj 2012	82,0	106,8	760,0	948,8
Utdelning			-269,0	-269,0
Återköp egna aktier			-35,4	-35,4
Personaloptionsprogram: värde på anställdas tjänstgöring			0,2	0,2
Övrigt totalresultat			125,0	125,0
Utgående balans per 30 april 2013	82,0	106,8	580,8	769,6

Redovisningsprinciper och noter

Belopp i Mkr om ej annat anges

Not 1 Redovisnings- och värderingsprinciper

Överensstämmelse med normgivning och lag

Koncernredovisningen för Clas Ohlson har upprättats i enlighet med Årsredovisningslagen, RFR 1 Kompletterande redovisningsregler för koncerner och International Financial Reporting Standards (IFRS) sådana de antagits av EU. Den har upprättats enligt anskaffningsvärdemetoden förutom vissa finansiella tillgångar och skulder som värderas till verkligt värde.

Moderbolagets årsredovisning är upprättad enligt den svenska årsredovisningslagen (ÅRL) och RFR 2 Redovisning för juridiska personer. Samma redovisningsprinciper som för koncernen tillämpas utom i de fall som anges nedan under "Moderbolagets redovisningsprinciper". De avvikelser som förekommer mellan moderbolagets och koncernens principer föräns av begränsningar i möjligheterna att tillämpa IFRS i moderbolaget till följd av den svenska årsredovisningslagen.

Nya och ändrade standarder från och med 1 maj 2012

IASB (International Accounting Standards Board) har utfärdat nya och reviderade standarder samt tolkningsuttalanden. Dessa har dock inte haft någon nämnvärd effekt på koncernens resultat- eller balansräkningar.

Kommande standarder och ändringar

Standarder, ändringar och tolkningar av befintliga standarder som ännu inte har trätt i kraft och som inte har tillämpats i förtid av koncernen.

IAS 19 "Ersättningar till anställda" har ändrats, vilket medför att koncernen kommer att sluta tillämpa "korridormetoden" och i stället redovisa alla aktuariella vinster och förluster i övrigt totalresultat när de uppstår. Koncernen avser att tillämpa den ändrade standarden för det räkenskapsår som börjar 1 maj 2013. Ändringen bedöms få endast försumbar effekt på koncernens resultat och ställning.

IFRS 9 "Financial Instruments" ersätter de delar i IAS 39 som är relaterade till klassificering och värdering av finansiella instrument. IFRS 9 anger att finansiella tillgångar ska klassificeras i två olika kategorier; värdering till verkligt värde eller värdering till upplupet anskaffningsvärde. Klassificering fastställs vid första redovisningstillfället utifrån företagets affärsmodell samt karaktäristiska egenskaper i de avtalsenliga kassaflödena. För finansiella skulder sker inga stora förändringar jämfört med IAS 39. Koncernen har för avsikt att tillämpa den nya standarden senast det räkenskapsår som börjar 1 maj 2015 och har ännu inte utvärderat effekterna.

IFRS 13 "Fair value measurement" tillhandahåller en exakt definition och en gemensam källa i IFRS till alla verkligt värdevärderingar och tillhörande upplysningar. Koncernen har för avsikt att tillämpa den nya standarden för det räkenskapsår som börjar 1 maj 2013 och har ännu inte utvärderat effekten på de finansiella rapporterna.

Övriga nya standarder, ändringar och tolkningar av befintliga standarder som ännu inte har trätt i kraft är inte relevanta för koncernen för närvarande eller bedöms inte ha någon effekt på koncernens resultat eller finansiella ställning.

Förutsättningar vid upprättandet

Poster som ingår i de finansiella rapporterna för de olika enheterna i koncernen är värderade i den valuta som används i den ekonomiska miljö där respektive företag huvudsakligen är verksamt (funktionell valuta). I koncernredovisningen används svenska kronor (kr), som är Moderföretagets funktionella valuta och koncernens rapportvaluta. Samtliga belopp, om inte annat anges, är avrundade till närmaste miljontal svenska kronor med en decimal.

De nedan angivna redovisningsprinciperna för koncernen har tillämpats konsekvent på samtliga perioder som presenteras i koncernens finansiella rapporter, om inte annat framgår. Koncernens redovisningsprinciper har tillämpats konsekvent på rapportering och konsolidering av moder- och dotterföretag.

Uppskattningar och antaganden

Att upprätta de finansiella rapporterna i enlighet med IFRS kräver att företagsledningen gör bedömningar, uppskattningar och antaganden som påverkar tillämpningen av redovisningsprinciperna och de redovisade beloppen av tillgångar, skulder, intäkter och kostnader. Dessa är baserade på historiska erfarenheter och ett antal andra faktorer som under rådande förhållanden synes vara rimliga. Uppskattningarna och antagandena ses över regelbundet och bedöms inte innebära någon betydande risk för väsentliga justeringar i redovisade värden för tillgångar och skulder under nästkommande räkenskapsår. Eventuella ändringar av uppskattningar

redovisas i den period ändringen görs om ändringen enbart påverkar denna period, eller i den period ändringen görs och framtida perioder om ändringen påverkar både aktuell period och framtida perioder. Mer information om gjorda uppskattningar och antaganden återfinns i noterna 13 och 22.

Koncernredovisning

Koncernredovisningen omfattar moderbolaget och samtliga de företag över vilka moderbolaget direkt eller indirekt har ett bestämmande inflytande. I koncernredovisningen ingår de helägda dotterföretagen Clas Ohlson AS, Clas Ohlson OY, Clas Ohlson Ltd (UK) och Clas Ohlson Ltd (Shanghai). Vid upprättandet av koncernredovisningen har förvärvsmetoden tillämpats. Omräkning av de utländska dotterföretagens bokslut har skett genom att tillgångar, skulder och eget kapital omräknats från funktionell valuta till svenska kronor enligt den valutakurs som råder på balansdagen och resultaträkningar omräknats till genomsnittlig månatlig valutakurs under året. Omräkningsdifferensen till följd av detta, samt till följd av att nettoinvesteringen omräknats till annan valutakurs vid årets slut än vid årets början, redovisas mot övrigt totalresultat. I koncernredovisningen elimineras koncernintern försäljning och internvinster i sin helhet.

Omräkning av utländsk valuta

Transaktioner i utländsk valuta omräknas till den funktionella valutan enligt de valutakurser som gäller på transaktionsdagen. Valutakursvinster och -förluster som uppkommer vid betalning av sådana transaktioner och vid omräkning av monetära tillgångar och skulder i utländsk valuta till balansdagens kurs, redovisas i resultaträkningen. Undantag är då transaktionerna utgör säkringar som uppfyller villkoren för säkringsredovisning av kassaflöden och nettoinvestering av utlandsverksamhet, då vinster/förluster redovisas i övrigt totalresultat. För derivat se avsnitt om finansiella instrument.

Intäkter

Koncernens intäkter genereras av försäljning av produkter till konsument i enlighet med försäljningsvillkoren. Försäljningsintäkterna redovisas netto med avdrag för mervärdesskatt, returer, reservering för öppet köp och rabatter. Intäkterna redovisas i samband med försäljning/leverans till kund då väsentliga risker och förmåner som är förknippade med varornas ägande har överförts till köparen. Försäljningen till medlemmar i Club Clas sker i enlighet med IFRIC 13 i syfte att beakta kundklubbens medlemmars intjäning av bonuspoäng och möjlighet att i framtiden nyttja upparbetade poäng i form av bonuscheckar som betalningsmedel. Redovisningsmässigt beaktas intjäningen genom en reduktion av omsättningen vid intjänandetidpunkten med motsvarande avsättning i balansräkningen. Ränteutgifter avser ränta på banktillgodohavanden. Intäkten redovisas i den period som räntan avser.

Inkomstskatter

Inkomstskatter utgörs av aktuell skatt och uppskjuten skatt. Inkomstskatter redovisas i resultaträkningen utom då underliggande transaktion redovisas direkt mot övrigt totalresultat inkluderat tillhörande skatteeffekt. Aktuell skatt är skatt som ska betalas eller erhållas avseende aktuellt år, med tillämpning av de skattesatser som är beslutade eller i praktiken beslutade per balansdagen, hit hör även justering av aktuell skatt hänförlig till tidigare perioder. Uppskjuten skatt beräknas enligt balansräkningsmetoden på alla temporära skillnader som uppkommer mellan redovisade och skattemässiga värden på tillgångar och skulder. Uppskjuten skatt beräknas med tillämpning av de skattesatser och skatteregler som är beslutade eller i praktiken beslutade per balansdagen. Uppskjutna skattefordringar avseende avdragsgilla temporära skillnader och underskottsavdrag redovisas endast i den mån det är sannolikt att dessa kommer att kunna utnyttjas. Värde på uppskjutna skattefordringar reduceras när det inte längre bedöms sannolikt att de kan utnyttjas. Dessa temporära skillnader har huvudsakligen uppkommit vid avskrivning av anläggningstillgångar, redovisning av obeskattade reserver samt värdering av varulager.

Uppskjutna skattefordringar och -skulder kvittas när det finns en legal kvittningsrätt för aktuella skattefordringar och skatteskulder och när de uppskjutna skattefordringarna och skatteskulderna hänför sig till skatter debiterade av en och samma skattemyndighet och avser antingen samma skattesubjekt eller olika skattesubjekt, där det finns en avsikt att reglera saldona genom nettobetalningar.

Anläggningstillgångar

Anläggningstillgångar redovisas till anskaffningsvärde efter avdrag för ackumulerade avskrivningar och eventuella ackumulerade nedskrivningar. I anskaffningsvärdet ingår inköpspriset samt kostnader direkt hänförliga till tillgången för att bringa den på plats och i skick för att utnyttjas i enlighet

med syftet med anskaffningen. Avskrivningar baseras på tillgångarnas anskaffningskostnad och beräknade nyttjandeperiod. Linjär avskrivning används för samtliga anläggningstillgångar. Mark skrivs inte av. Koncernen tillämpar komponentavskrivning, vilket innebär att komponenternas bedömda nyttjandeperiod ligger till grund för avskrivningen. Följande nyttjandeperioder tillämpas:

Immateriella tillgångar	5-7 år
Inventarier, verktyg och installationer	5-15 år
Byggnader	20-33 år
Markanläggningar	20 år

Ny- och återanskaffningar aktiveras, medan kostnader för underhåll och reparationer kostnadsföres. Då tillgångar säljs eller utstrangeras, bortskrivs anskaffningskostnaden och därmed sammanhängande ackumulerade avskrivningar. Eventuell vinst eller förlust resultatföres. Samtliga Clas Ohlsons fastigheter är rörelsefastigheter.

Nedskrivningar

Tillgångar som skrivs av bedöms med avseende på värdeminskning närhelst händelser eller förändringar i förhållande indikerar att det redovisade värdet kanske inte är återvinningsbart. En nedskrivning görs med det belopp med vilket tillgångens redovisade värde överstiger dess återvinningsvärde. Återvinningsvärdet är det högre av en tillgångs verkliga värde minskat med försäljningskostnader och nyttjandevärdet. Vid bedömning av nedskrivningsbehov, grupperas tillgångar på de lägsta nivåer där det finns separata identifierbara kassaflöden (kassagenererande enheter).

Aktiverade IT- och programvarukostnader

Kostnader för underhåll av programvara kostnadsföres när de uppstår. Utvecklingskostnader som är direkt hänförliga till utveckling och testning av identifierbara och unika programvaruprodukter som kontrolleras av koncernen, redovisas som immateriella tillgångar när följande kriterier är uppfyllda:

- Det är tekniskt möjligt att färdigställa programvaran så att den kan användas,
- Företagets avsikt är att färdigställa programvaran och att använda eller sälja den,
- Det finns förutsättningar att använda programvaran,
- Det kan visas hur programvaran genererar troliga ekonomiska fördelar,
- Adekvata tekniska, ekonomiska och andra resurser för att fullfölja utvecklingen och för att använda eller sälja programvaran finns tillgängliga, och
- De utgifter som är hänförliga till programvaran under dess utveckling kan beräknas på ett tillförlitligt sätt

Direkt hänförliga utgifter balanseras som en del av programvaran och innefattar utgifter för anställda och en skälig andel av indirekta kostnader. Övriga utvecklingskostnader, som inte uppfyller dessa kriterier, kostnadsföres när de uppstår. Utvecklingskostnader som tidigare kostnadsförts redovisas inte som tillgång i efterföljande period. Utvecklingskostnader för programvara som redovisas som tillgång skrivs av under sin bedömda nyttjandeperiod.

Leasing

I koncernen tillika moderbolaget förekommer främst leasingkontrakt i form av hyreskontrakt för butikslokaler. Samtliga butiker utom den i Insjön förhyrs. Samtliga avtal har klassificerats som operationella leasingavtal då de inte innebär att de ekonomiska fördelar och risker som förknippas med ägandet överförs till hyresgästen.

Operationella leasingavtal där koncernen är leasetagare redovisas i koncernresultaträkningen som rörelsekostnad linjärt över leasingperioden. I de fall koncernen är leasegivare redovisas intäkten som försäljning i den period uthyrningen avser. Avskrivningar redovisas i rörelseresultatet.

Lånekostnader

Lånekostnader som är hänförliga till uppförandet av så kallade kvalificerade tillgångar aktiveras i förekommande fall som en del av den kvalificerade tillgångens anskaffningsvärde. En kvalificerad tillgång är en tillgång som med nödvändighet tar en betydande tid i anspråk att färdigställa. Några kvalificerade tillgångar finns för närvarande inte.

Övriga lånekostnader belastar resultatet under den period till vilken de hänförs till.

Varulager

Varulagret har värderats med tillämpning av först-in först-ut principen, till det lägsta av anskaffningsvärdet och nettoförsäljningsvärdet på balansdagen. Nettoförsäljningsvärdet är det uppskattade försäljningspriset i den löpande verksamheten med avdrag för försäljningskostnader. Avdrag sker för internvinster som uppkommer vid leverans mellan i koncernen ingående bolag. Erforderlig inkuransavsättning har gjorts. I kostnader för varulager ingår överföringar från övrigt totalresultat av eventuella vinster/förluster från kassaflödessäkringar som uppfyller villkoren för säkringsredovisning, hänförliga till inköp av varor.

Fordringar

Fordringar med förfallodag mer än 12 månader efter balansdagen redovisas som anläggningstillgångar, övriga som omsättningstillgångar. Fordringar upptas till det belopp som efter individuell prövning beräknas bli betalt.

Kundfordringar redovisas inledningsvis till verkligt värde och därefter till upplupet anskaffningsvärde med tillämpning av effektivräntemetoden, minskat med eventuell reservering för värdeminskning. En reservering för värdeminskning görs när det finns objektiva bevis för att koncernen inte kommer att kunna erhålla alla belopp som är förfallna enligt fordringarnas ursprungliga villkor. Det reserverade beloppet redovisas i resultaträkningen.

Finansiella instrument

Köp och försäljningar av finansiella instrument redovisas på affärsdagen – det datum då koncernen förbinder sig att köpa eller sälja tillgången. Finansiella instrument redovisas inledningsvis till verkligt värde plus transaktionskostnader, vilket gäller alla finansiella tillgångar som inte värderas till verkligt värde via resultaträkningen. Om marknaden för en finansiell tillgång inte är aktiv (och för onoterade värdepapper), fastställer koncernen verkligt värde genom att tillämpa värderingstekniker såsom användning av information avseende nyligen gjorda transaktioner på amlängds avstånd, hänvisning till verkligt värde för ett annat instrument som i allt väsentligt är likvärdigt, analys av diskonterade kassaflöden och optionsvärderingsmodeller. Härvid används i så stor utsträckning som möjligt marknadsinformation medan företagsspecifik information används i så liten utsträckning som möjligt. Finansiella instrument tas bort från balansräkningen när rätten att erhålla kassaflöden från instrumentet har löpt ut eller överförs och koncernen har överfört i stort sett alla risker och fördelar som är förknippade med äganderätten.

Lånefordringar och kundfordringar

Lånefordringar och kundfordringar redovisas till upplupet anskaffningsvärde med tillämpning av effektivräntemetoden.

Kassaflödessäkring

Den effektiva delen av förändringar i verkligt värde på ett derivatinstrument som identifieras som kassaflödessäkring och som uppfyller villkoren för säkringsredovisning, redovisas i övrigt totalresultat. Den vinst eller förlust som hänförs till den ineffektiva delen redovisas omedelbart i resultaträkningen i posterna övriga rörelseintäkter och övriga rörelsekostnader – netto.

Säkring av nettoinvestering

Säkringar av nettoinvesteringar i utlandsverksamheter redovisas på liknande sätt som kassaflödessäkringar.

Den andel av vinst eller förlust på ett säkringsinstrument som bedöms som en effektiv säkring redovisas i övrigt totalresultat. Den vinst eller förlust som hänförs till den ineffektiva delen redovisas i resultaträkningen.

Akkumulerade vinster och förluster i eget kapital redovisas i resultaträkningen när utlandsverksamheten avyttras helt eller delvis.

Likvida medel

Likvida medel består av kassamedel samt omedelbart tillgängliga tillgodohavanden hos banker och motsvarande institut samt kortfristiga placeringar med en löptid understigande tre månader från anskaffningstidpunkten.

Ersättningar till anställda

Pensioner förekommer både i form av förmånsbaserade och avgiftsbaserade pensionsplaner. I moderbolaget finns både avgifts- och förmånsbestämda pensionsplaner. Den förmånsbestämda ITP-planen (Alecta) hanteras dock som en avgiftsbestämd pensionsplan i enlighet med uttalande UFR 3. I det norska dotterföretaget finns förmånsbestämda pensionsplaner. Beräkningen av de framtida förpliktelseerna, gällande förmånsbestämda pensionsplaner, görs varje år enligt en modell som beskrivs utförligt nedan.

I avgiftsbestämda planer betalar företaget fastställda avgifter till en

separat juridisk enhet och har inga förpliktelser att betala ytterligare avgifter. Koncernens resultat belastas med kostnader i takt med att förmånerna intjänas.

I förmånsbaserade planer utgår ersättningar till anställda och före detta anställda baserat på lön vid pensioneringstidpunkten och antal tjänsteår. Koncernen bär risken för att de utfästa ersättningarna utbetalas. I balansräkningen redovisas nettot av beräknat nuvärde av förpliktelserna och verkligt värde på förvaltningstillgångarna som antingen en avsättning eller en långfristig finansiell fordran. I de fall ett överskott i en plan inte helt går att utnyttja redovisas endast den del av överskottet som företaget kan återvinna genom minskade framtida avgifter eller återbetalningar.

Beträffande förmånsbestämda planer beräknas pensionskostnaden och pensionsförpliktelserna enligt den så kallade Projected Unit Credit Method. Metoden fördelar kostnaden för pensioner i takt med att de anställda utför tjänster för företaget som ökar deras rätt till framtida ersättning. Beräkningen utförs årligen av oberoende aktuarier. Företagets åtaganden värderas till nuvärdet av förväntade framtida utbetalningar med användning av en diskonteringsränta som motsvarar räntan på statsobligationer (avser Norge) med en löptid som motsvarar de aktuella åtagandena. De viktigaste aktuariella antagandena anges i not 19.

Vid fastställandet av förpliktelsens nuvärde och verkligt värde på förvaltningstillgångar kan det uppstå aktuariella vinster och förluster. Dessa uppkommer antingen genom att det verkliga utfallet avviker från det tidigare gjorda antagandet, eller att antagandena ändras. Den del av de ackumulerade aktuariella vinsterna och förlusterna, vid föregående års utgång, som överstiger 10 procent av det största av förpliktelsernas nuvärde och förvaltningstillgångarnas verkliga värde redovisas i resultatet över de anställdas genomsnittliga återstående tjänstetid.

Vidare förekommer långsiktiga incitamentsprogram som ger anställda rätt att förvärva aktier och som förutsätter godkännande av bolagsstämma. LTI 2010, LTI 2011 och LTI 2012 redovisas i enlighet med IFRS 2 aktierelaterade ersättningar. Koncernen gör avsättningar för förväntade sociala kostnader som kommer att betalas när aktierna tilldelas och när optionerna nyttjas. Avsättningen för sociala kostnader omvärderas vid varje balansdag utifrån verkligt värde.

Avsättningar

Avsättning redovisas i balansräkningen bland kort- och långfristiga skulder när koncernen har en legal eller informell förpliktelse som är en följd av en inträffad händelse och det är troligt att ett utflöde av resurser krävs för att reglera åtagandet och tillförlitlig uppskattning av beloppet kan göras. Avsättningar sker för öppet köp, outlösta presentkort och beräknade framtida garantiåtaganden samt bonuspoäng till kundklubbsmedlemmar.

Leverantörsskulder

Leverantörsskulder redovisas inledningsvis till verkligt värde och därefter till upplupet anskaffningsvärde med tillämpning av effektivräntemetoden.

Upplåning

Upplåning redovisas inledningsvis till verkligt värde, netto efter transaktionskostnader. Upplåning redovisas därefter till upplupet anskaffningsvärde och eventuell skillnad mellan erhållet belopp (netto efter transaktionskostnader) och återbetalningsbeloppet redovisas i resultaträkningen fördelat över låneperioden, med tillämpning av effektivräntemetoden.

Avgifter som betalas för lånelöften redovisas som transaktionskostnader för upplåningen i den utsträckning det är sannolikt att delar av eller hela kreditutrymmet kommer att utnyttjas. I sådana fall redovisas avgiften när kreditutrymmet utnyttjas. När det inte föreligger några bevis för att det är sannolikt att delar av eller hela kreditutrymmet kommer att utnyttjas, redovisas avgiften som en forskottsbetalning för finansiella tjänster och fördelas över det aktuella lånelöftets löptid.

Upplåning klassificeras som kortfristiga skulder om inte koncernen har en ovillkorlig rätt att skjuta upp betalning av skulden i åtminstone 12 månader efter balansdagen.

Kassaflödesanalys

Kassaflödesanalysen upprättas enligt indirekt metod. Det redovisade kassaflödet omfattar endast transaktioner som medför in- eller utbetalningar. Som likvida medel klassificeras förutom kassa- eller banktillgodohavanden, kortfristiga finansiella placeringar som dels är utsatta för endast en obetydlig risk för värdefluktuation, dels har en kortare återstående löptid än tre månader från anskaffningstidpunkten.

Segmentsredovisning

Clas Ohlson har följande segment: Sverige, Norge, övriga segment (Finland och UK) samt Koncerngemensamt. Koncerngemensamt segment avser de koncerngemensamma funktioner i Sverige som bistår försäljningsorganisationerna med inköp, distribution, marknadsföring, ledning och övrig support. Stor del av koncernens värdeskapande sker i

koncerngemensamt segment. Koncernens internprissättning har anpassats efter dessa förutsättningar.

Moderbolagets redovisningsprinciper

Moderbolaget har upprättat sin årsredovisning enligt den svenska årsredovisningslagen, ÅRL och Rådet för finansiell rapporteringsrekommendation RFR 2 Redovisning för juridiska personer. Denna innebär att moderbolaget i årsredovisningen för den juridiska personen ska tillämpa samtliga av EU godkända IFRS och uttalanden så långt detta är möjligt inom ramen för ÅRL och med hänsyn till sambandet mellan redovisning och beskattning. Rekommendationen anger vilka undantag och tillägg som ska göras från IFRS. Skillnaden mellan koncernens och moderbolagets redovisningsprinciper för Clas Ohlson är att IAS 1 inte tillämpas beträffande uppställning av balans- och resultaträkningarna, som i stället ställs upp enligt ÅRL. Reglerna i IAS 39 beträffande finansiella garantiavtal tillämpas inte avseende garantiavtal till förmån för dotterföretag. I moderbolaget belastar låneutgifter resultatet under den period till vilken de hänförs sig till. Aktier i dotterbolag redovisas till anskaffningsvärde efter avdrag för eventuella nedskrivningar.

Redovisningsprinciperna för moderbolaget har tillämpats konsekvent på samtliga perioder som presenteras i moderbolagets finansiella rapporter.

Not 2 Finansiella risker

Koncernen utsätts genom sin verksamhet för en mängd olika finansiella risker: marknadsrisk (inklusive valutarisk, ränterisk och prisrisk), kreditrisk, likviditetsrisk, och kassaflödesrisk. Koncernens övergripande riskhanteringspolicy fokuserar på oförutsägbarheten på de finansiella marknaderna och eftersträvar att minimera potentiella ogynnsamma effekter på koncernens finansiella resultat. Koncernen använder derivatinstrument för att säkra viss riskexponering.

Det är styrelsen som har det övergripande ansvaret för koncernens riskarbete. Inom Clas Ohlson uppdateras och analyseras koncernens risksituation regelbundet. Detta görs genom en systematisk process där risker identifieras, värderas och bedöms, hanteras, övervakas samt rapporteras. Prioritet läggs på de risker som vid en samlad bedömning avseende möjlig påverkan och sannolikhet bedöms kunna ge mest negativ effekt. För mer information, se sidan 54 i årsredovisningen.

MARKNADSRISK

Valutarisk

En betydande del av leverantörsskulder utgör skulder i utländsk valuta och är därmed utsatta för valutarisk. Vid inköp används i koncernen terminssäkringar av de viktigaste valutorna för att minska eventuella valutarisker i enlighet med finanspolicy. Cirka 50 procent av det förväntade flödet ett halvt år framåt valutasäkras i samband med att priserna i sortimentet bestäms.

Ungefär 45 procent av bolagets inköp görs i andra valutor än den svenska. De viktigaste inköpsvalutorna är USA-dollar (USD), Hongkongdollar (HKD) och euro (EUR). Vidare är den svenska kronans utveckling mot den norska (NOK) mycket viktig för koncernen då mer än 40 procent av försäljningen sker i Norge. Nettoexponeringen mot euro är låg, eftersom bolaget har en högre försäljning i euro genom expansionen på den finska marknaden. Nedanstående tabell visar hur resultatet påverkas av förändringar av de viktigaste valutorna (exklusive terminssäkringar).

Valuta	Förändring	Påverkan på resultat före skatt, Mkr
NOK	+/- 5 procent	+/- 59
USD	+/- 5 procent	-/+ 50
HKD	+/- 5 procent	-/+ 7
EUR	+/- 5 procent	-/+ 1
GBP	+/- 5 procent	-/+ 7

Likvida medel är också utsatta för en valutarisk då en viss del av medlen är placerade i utländsk valuta.

Refinansierings- och likviditetsrisk

Med refinansierings- och likviditetsrisk avses risken för att Clas Ohlson inte kan erhålla lån eller möta betalningsförpliktelser som en följd av otillräcklig likviditet. Behov av refinansiering ses regelbundet över av Clas Ohlsons centraliserade finansfunktion, som ansvarar för extern upplåning. Refinansieringsbehovet är framför allt beroende av marknadsutveckling och investeringsplaner.

Ränterisk

Ränterisken är låg då bolagets räntekostnader är låga i förhållande till totalt resultat.

Prisrisk

Prisrisken betecknas som låg då bolaget handlar från mer än 600 leverantörer. Vidare undviker bolaget i enlighet med inköspolicyn att ingå långsiktiga leveransavtal, för att på så sätt behålla flexibiliteten avseende leverantörer och produkter.

Kreditrisk

Kundfordringarna karakteriseras av en mycket låg risk då varje delpost är liten samt att koncernens kreditpolicy är restriktiv. Reservering av osäkra fordringar sker efter individuell prövning men detta har inte behövts göras de senaste fem verksamhetsåren vare sig för koncernen eller för moderbolaget.

Likvida medel är placerade på olika bankkonton i huvudsak i Nordea med dess utländska kontor i Norge, Finland och Storbritannien. Kreditrisken bedöms vara obetydlig.

Kapitalrisk

Kapitalrisken betecknas som låg då koncernen vid bokslutstillfället hade en låg andel skulder och en soliditet på 59,1 procent.

Målet med koncernens kapitalstruktur är att kunna fortsätta visa god avkastning till aktieägarna, nytta för andra intressenter samt att upprätthålla en optimal kapitalstruktur för att göra kostnaderna för kapital så låga som möjligt. Kapitalstrukturen kan anpassas efter de behov som uppstår genom att förändra utdelning till aktieägare, återköpa aktier, utfärda nya aktier eller sälja tillgångar för att minska skulderna. Bedömning av kapitalet sker med relevanta nyckeltal såsom förhållandet mellan nettoskulden och det egna kapitalet.

Not 3 Övriga rörelseintäkter och rörelsekostnader

	Koncernen		Moderbolaget	
	2012/13	2011/12	2012/13	2011/12
Övriga rörelseintäkter				
Hysesintäkter	24,0	22,7	24,0	22,7
Resultat vid försäljning eller utrangering av materiella anläggningstillgångar	0,5	0,5	0,1	0,4
Summa	24,5	23,2	24,1	23,1
Övriga rörelsekostnader				
Hyeskostnader	-23,9	-22,4	-23,9	-22,4
Resultat vid försäljning eller utrangering av materiella anläggningstillgångar	-2,1	-1,5	-1,0	-1,5
Summa	-26,0	-23,9	-24,9	-23,9

Not 4 Avskrivningar

Koncernen	2012/13	2011/12
Avskrivningar fördelade per tillgångsslag		
Immatriella anläggningstillgångar*	13,3	1,6
Byggnader och mark	29,1	29,1
Inventarier, verktyg och installationer	155,3	148,4
Summa	197,7	179,1
Avskrivningar fördelade per funktion		
Kostnad för sålda varor	67,9	65,0
Försäljningskostnader	123,8	108,3
Administrationskostnader	6,0	5,8
Summa	197,7	179,1

Moderbolaget	2012/13	2011/12
Avskrivningar fördelade per tillgångsslag		
Immatriella anläggningstillgångar*	13,3	1,6
Byggnader och mark	28,9	28,9
Inventarier, verktyg och installationer	87,3	82,2
Summa	129,5	112,7
Avskrivningar fördelade per funktion		
Kostnad för sålda varor	68,0	65,0
Försäljningskostnader	55,5	41,9
Administrationskostnader	6,0	5,8
Summa	129,5	112,7

* Avskrivning på immateriella tillgångar redovisas som försäljningskostnader

Not 5 Kostnader fördelade på kostnadsslag

I posten kostnad för sålda varor ingår alla kostnader för att bringa varan till såväl distributionscentralen vidare till butikshyllan såsom produkternas kostnad, frakter till distributionscentral och butik, tull, miljöavgifter och hanteringskostnader i såväl distributionscentral och butik. I posten försäljningskostnader ingår främst butikskostnader såsom löner och hyror, marknadsföring samt kostnader för försäljningrelaterade stödfunktioner på huvudkontoret. I posten administrationskostnader ingår kostnader för övriga stödfunktioner på huvudkontoret.

Lönekostnaderna inklusive sociala kostnader i koncernen har under räkenskapsåret uppgått till 1 397,9 Mkr (1 300,0 Mkr) och i moderbolaget till 845,8 Mkr (762,9 Mkr).

Avskrivningarna i koncernen har under räkenskapsåret uppgått till 197,7 Mkr (179,1 Mkr) och i moderbolaget till 129,5 Mkr (112,7 Mkr).

Not 6 Kostnader för ersättning till anställda

	2012/13	2011/12
Löner och andra ersättningar		
Moderbolaget	623,3	557,2
Dotterföretag	475,4	464,5
Summa koncernen	1 098,7	1 021,7

	2012/13	2011/12		
	varav Sociala pensionskostnader	varav Sociala pensionskostnader		
Sociala kostnader				
Moderbolaget	222,5	39,2	205,7	37,7
Dotterföretag	76,7	20,0	72,6	18,5
Summa koncernen	299,2	59,2	278,3	56,2

Av moderbolagets pensionskostnader avser 2,4 Mkr (2,2 Mkr) gruppen styrelse, vd och vvd. Av dotterföretagens pensionskostnader avser 0,8 Mkr (0,8 Mkr) vd i dotterföretag.

I koncernen uppgick årets kostnader för avgiftsbaserade pensioner till 51,1 Mkr (48,2 Mkr) och förmånsbaserade pensioner till 0,2 Mkr (0,3 Mkr).

I moderbolaget förekommer endast avgiftsbaserade pensionsplaner (inklusive Alecta) där årets kostnader uppgick till 31,3 Mkr (30,0 Mkr). I moderbolaget uppgick årets kostnader för särskild löneskatt på pensionspremier till 7,9 Mkr (7,7 Mkr). För mer information när de gäller de förmånsbaserade pensionsplanerna i koncernen, se not 19.

Ersättningar till styrelseledamöter, verkställande direktörer och andra ledande befattningshavare

	2012/13	2011/12
Moderbolaget		
Löner och andra ersättningar	25,1	28,0
– varav tantiem	0,0	0,0
Pensionskostnader	5,7	5,3
Antal personer i gruppen	17	17
	2012/13	2011/12
Koncernen		
Löner och andra ersättningar	31,5	34,6
– varav tantiem	0,0	0,0
Pensionskostnader	6,5	6,1
Antal personer i gruppen	21	21

Ersättningar till styrelse

Till styrelsens ledamöter utgår arvode enligt årsstämans beslut. Arvodet utgår i form av lön eller mot faktura. Styrelseledamöter som är anställda i bolaget erhåller ej styrelsearvode. Pension eller övriga incitamentsprogram utgår ej till bolagets styrelse.

Inga styrelsearvodet har utgått i dotterföretagen.

	2012/13		2011/12	
	Styrelse-arvode	Utskotts-arvode	Styrelse-arvode	Utskotts-arvode
Styrelsen				
Anders Moberg, ordförande	0,60	0,12	0,55	0,12
Björn Haid, ledamot	0,30	0,06	0,28	0,06
Cecilia Marlow, ledamot	0,30	0,07	0,28	0,07
Sanna Suvanto-Harsaae, ledamot	0,30	0,06	0,28	0,06
Klas Balkow, ledamot och VD	0,00	0,00	0,00	0,00
Lottie Svedenstedt, ledamot	0,30	0,07	0,28	0,07
Urban Jansson, ledamot	0,30	0,14	0,28	0,14
Edgar Rosenberger, ledamot	0,30	0,06	0,28	0,06
Summa styrelsen	2,40	0,58	2,20	0,58

Ledamoten Klas Balkow har fått ersättning i egenskap av vd och koncernchef i bolaget.

Könsfördelning i styrelsen bland de bolagsstämvalda ledamöterna har under verksamhetsåret varit fem män och tre kvinnor. Fördelningen blir således 62,5 procent män och 37,5 procent kvinnor. Föregående år var motsvarande fördelning densamma.

Ersättningar till ledande befattningshavare

Ersättning till verkställande direktören och andra ledande befattningshavare har utgjorts av grundlön, rörliga ersättningar och pensionspremier. Med andra ledande befattningshavare avses de åtta personer som tillsammans med vd och vvd under räkenskapsåret utgjort koncernledning.

För sammansättningen av koncernledningen per 2013-04-30, se sidorna 82-83 i den tryckta årsredovisningen.

	2012/13				2011/12			
	Fast lön	Rörlig ers. STI	Rörlig ers. LTI ¹	För-lön måner	Fast lön	Rörlig ers. STI	Rörlig ers. LTI ¹	För-lön måner
Löner till ledande befattningshavare								
Klas Balkow, VD	4,6	1,1	0,0	0,2	4,3	1,3	0,8	0,2
Vice verkställande direktör	2,7	0,6	0,0	0,1	2,5	0,6	0,5	0,1
Andra ledande befattningshavare (8 st)	11,4	1,7	0,2	0,7	10,7	2,0	1,5	0,7
Summa ledningen	18,7	3,4	0,2	1,0	17,5	3,9	2,8	1,0

¹ LTI (Long term incentive program) avser bokförd kostnad avseende LTI 2010, LTI 2011 och LTI 2012. Beloppet utgörs av kostnadsfördel avseende LTI 2011 och LTI 2012 som till stor del kompenseras av återförd reservering (reducerad kostnad) avseende LTI 2010 då ingen tilldelning av optioner gjorts. Se nedan beskrivning av STI (Short term incentive program) respektive LTI.

	2012/13		2011/12	
	Avgifts-baserad	Förmåns-baserad	Avgifts-baserad	Förmåns-baserad
Pensionskostnader till ledande befattningshavare				
Klas Balkow, VD	1,6	0,0	1,5	0,0
Vice verkställande direktör	0,7	0,0	0,7	0,0
Andra ledande befattningshavare (8 st)	3,4	0,0	3,1	0,0
Summa ledningen	5,7	0,0	5,3	0,0

Enligt anställningsavtalet med verkställande direktören är den ömsesidiga uppsägningstiden sex månader. Vid uppsägning från bolagets sida tillkommer 12 månaders lön. Under uppsägningstiden utgår gällande lön och förmåner. Pensionsåldern är 65 år och nuvarande pensionspremie motsvarar 1,6 Mkr.

Lön och övriga ersättningar till vd beslutas av styrelsen och bereds av ett inom styrelsen utsett ersättningsutskott. Lönen revideras i slutet av varje räkenskapsår.

För andra ledande befattningshavare beslutas löner och övriga ersättningar av den verkställande direktören med stöd av ersättningsutskottet inom den ram som beslutas av styrelsen.

När det gäller rörliga ersättningar fastställs principerna av årsstämman. Målen bereds i ersättningsutskottet och beslutas av styrelsen. Två olika typer har funnits under året, STI och LTI.

Reservering av STI samt LTI sker löpande i respektive års bokslut. Samtliga ledande befattningshavare har rätt till årliga pensionspremier i huvudsak enligt gällande ITP-plan. Pensionsåldern uppgår till 65 år.

Könsfördelningen bland de ledande befattningshavarna i moderbolaget tillika koncernen var under verksamhetsåret åtta män och två kvinnor. Fördelningen blir således 80 procent män och 20 procent kvinnor vilket var samma andel som föregående år.

Mer information om beslutsprocesser i koncernen återfinns även på sidan 50-55 i den tryckta årsredovisningen.

Ersättningsprinciper:

De övergripande principerna för ersättning till ledande befattningshavare ska utgå från befattningen, den individuella prestationen, koncernens resultat och att ersättningen ska vara konkurrenskraftig i anställningslandet. Den sammanlagda ersättningen till ledande befattningshavare ska bestå av fast lön, rörlig lön i form av kortsiktigt incitament baserat på årliga prestationsmål, långsiktigt incitament baserat på fleråriga prestationer, pension och andra förmåner. Till detta kommer villkor vid uppsägning och avgångsvederlag.

Clas Ohlson ska sträva efter att erbjuda en konkurrenskraftig total ersättningsnivå med tyngdpunkt på betalning efter prestation. Detta innebär att den rörliga ersättningen kan utgöra en betydande andel av den totala ersättningen. Målet är att den fasta ersättningen skall befinna sig i den jämförbara marknadens median medan den totala ersättningen, när Clas Ohlson AB når eller överträffar sina mål, ska vara i marknadens övre kvartil.

Fast lön

Fast lön skall utgöra grunden för den totala ersättningen. Lönen skall vara relaterad till den relevanta marknaden och avspegla omfattningen av det ansvar som arbetet innebär. Den fasta lönen utveckling skall bero på hur väl arbetet utförs samt hur väl medarbetaren utvecklar sina kompetenser för att anta framtida arbetsuppgifter med större ansvar. Den fasta lönen skall ses över årligen för att säkerställa marknadsmässig och konkurrenskraftig fast lön.

Rörlig lön (Short Term Incentive "STI")

Ledande Befattningshavare skall utöver den fasta lönen kunna erhålla STI för resultat som överskrider en eller flera förutbestämda prestationsnivåer under ett verksamhetsår utformade med syfte att främja bolagets långsiktiga värdeskapande. Klart definierade prestationsmål bestäms årligen av styrelsen eller av personer som styrelsen utser. Prestationsmålen kan vara verksamhetsanknutna, finansiella och personliga. Ersättningen från STI-programmet har en begränsning (tak), vilket gör att Clas Ohlson AB från början kan beräkna maximala ersättningsnivåer. I den mån en prestation inte motsvarar lägsta prestationsnivå utgår ingen STI. STI skall vara beroende av position och får uppgå till maximalt 50 procent av lönen vid uppnående av så kallad tak-nivå, vilket också utgör maximalt utfall av STI. STI-ersättningen villkoras vidare av att de prestationer på vilka intjänandet grundar sig på visar sig vara hållbara över tid samt att Clas Ohlson AB kan återkräva sådan ersättning som utbetalats på grundval av uppgifter som senare visat sig vara uppenbart felaktiga.

Långsiktiga incitamentsprogram (Long Term Incentive "LTI")

Syftet med LTI-programmen är att skapa förutsättningar för att behålla och rekrytera kompetent personal till koncernen. Programmen har utformats för att det bedömts önskvärt att deltagarna i större utsträckning är aktieägare i bolaget, vilket förväntas påverka deras långsiktiga arbetsinsatser positivt. Genom att knyta deltagarnas belöning till bolagets resultat- och värdeutveckling, premieras fortsatt företagslojalitet och därigenom den långsiktiga värdetillväxten i bolaget.

Långsiktiga incitamentsprogram som ger anställda rätt att förvärva aktier förutsätter godkännande av bolagsstämman. Under räkenskapsåret har LTI 2010, LTI 2011 och LTI 2012 pågått. Efter räkenskapsårets slut har LTI 2010 avslutats och LTI 2013 igångsatts. LTI 2010, LTI 2011, LTI 2012 och LTI 2013 är aktiematchnings- och resultatbaserade personaloptionsprogram.

Långsiktiga incitamentsprogram LTI 2009, LTI 2010, LTI 2011 och LTI 2012

LTI 2010, LTI 2011 respektive LTI 2012 godkändes på årsstämmorna 2009, 2010 och 2011. Programmen omfattar upp till 45 ledande befattningshavare och andra personer som bedöms kunna påverka Clas Ohlsons utveckling långsiktigt.

För att delta i programmet måste de anställda förvärva B-aktier i Clas Ohlson som motsvarar ett värde om minst 5 procent och högst 10 procent av deras årliga fasta lön. Deltagarna har förvärvat Clas Ohlson B-aktier, till marknadspris, vilka företaget senare kommer att matcha (1:1) vederlagsfritt genom tilldelning av aktier. Om den anställda har kvar de förvärvade aktierna och fortfarande är anställd inom koncernen tre år efter datumet för förvärvet, kommer bolaget att tilldela den anställda matchningsaktierna.

Den anställda tilldelas också resultatbaserade personaloptioner. Personaloptionerna tilldelas vederlagsfritt och varje personaloption berättigar innehavaren att förvärva en Clas Ohlson B-aktie. Priset per aktie när optionen nyttjas beräknas till 110 procent av medeltalet av för var börsdag fastställd volymviktad genomsnittlig betalkurs för bolagets B-aktie på Nasdaq OMX Stockholm under en period av 10 börsdagar före förvärvsperiodens början. Lösenpriset för LTI 2010, LTI 2011 och LTI 2012 har fastställts till 141,30 kr, 108,10 kr respektive 109,10 kr. Optionerna kan utnyttjas tidigast tre år och senast sju år från den dag då optionerna tilldelades. För att optionen ska kunna utnyttjas måste innehavaren fortfarande vara anställd inom Clas Ohlson-koncernen och behållit sin personliga investering under tre år från datumet för tilldelningen. Innehavet av optionerna medför inga rättigheter att få kompensation för utdelning för de underliggande aktierna.

Antalet personaloptioner som får nyttjas är beroende av det antal B-aktier som den anställda har förvärvat inom ramen för programmet, samt om bolagets tillväxt respektive vinsttillväxt under de tre första räkenskapsåren ökar till de nivåer som styrelsen beslutat. Dessa fastställda nivåer är; "Entry", "Target" och "Stretch", med en linjär ökning mellan varje resultatnivå. "Entry" är en miniminivå, som måste överskridas för att den anställdes personaloption skall kunna nyttjas. De tre nivåerna motsvarar nedanstående antal personaloptioner:

- Entry: 5 optioner per förvärvad B-aktie
- Target: 10 optioner per förvärvad B-aktie
- Stretch: 15 optioner per förvärvad B-aktie

Följaktligen är det totala antal personaloptioner som varje deltagare kan nyttja begränsat till 15 optioner per förvärvad B-aktie.

Kvalifikationsperioden och prestationsperioden för det långsiktiga incitamentsprogrammet LTI 2010 löpte under perioden 1 maj 2010 till 30 april 2013. Tilldelning av totalt 26 581 aktier genomfördes den 2 maj, efter räkenskapsårets slut, i enlighet med stämmobeslutet om aktiematchning med 1 aktie per köpt aktie till de deltagare som kvarstod i anställning efter den 3-åriga kvalifikationsperioden. Uppsatta prestationskriterier gällande genomsnittlig försäljningstillväxt och ökad vinst per aktie under perioden 2010-2013 uppnåddes inte, vilket medförde att inga optioner tilldelades till deltagarna och att LTI 2010 därmed är avslutat. Sedan tidigare har deltagarna i LTI 2009 rätt att utnyttja 7 optioner per köpt aktie med ett lösenpris på 98,10 kr.

Inga av optionerna för LTI 2011 eller LTI 2012 var möjliga att nyttja per 30 april 2013. Det antal som kan nyttjas efter tre år baseras på tillväxt och resultatmålen infriande enligt ovan. Det belopp som kostnadsförts baseras på nivåerna 0 optioner per aktie för LTI 2010, 5 optioner per aktie för LTI 2011 och 10 optioner per aktie för LTI 2012.

I enlighet med ovan kommer LTI 2011 och LTI 2012 att omfatta följande antal B-aktier och personaloptioner för de olika deltagarkategorierna om målnivån Target uppnås (se tabell nedan).

Den totala kostnaden som redovisats mot resultaträkningen för 2012/13 uppgår till 0,2 Mkr inklusive sociala avgifter.

Återköpta aktier för LTI-programmen

Clas Ohlson har under 2010, 2011 och 2012 återköpt Clas Ohlson B-aktier för att kunna uppfylla bolagets långsiktiga förpliktelser enligt incitamentsprogrammen. Aktierna är återköpta i syfte att tilldelas eller säljas till deltagarna.

Pensioner och övriga förmåner

Pensionsöverenskommelser ska, som huvudregel, vara avgiftsbaserade och utformade i enlighet med nivåer och praxis som gäller i det land som den ledande befattningshavaren är anställd i. Övriga förmåner kan förekomma i enlighet med de villkor som gäller för det land som den ledande befattningshavaren är anställd i. Sådana förmåner får dock inte utgöra en större andel av den sammanlagda ersättningen.

Not 7 Ersättning till revisorer

	Koncernen		Moderbolaget	
	2012/13	2011/12	2012/13	2011/12
Öhrings				
PricewaterhouseCoopers				
Revisionsuppdraget	2,2	2,6	1,3	1,6
Revisionsverksamhet utöver revisionsuppdraget	0,2	0,3	0,1	0,2
Skatterådgivning	0,6	0,1	0,5	0,0
Övrigt	0,2	0,1	0,1	0,1
Summa	3,2	3,1	2,0	1,9

Långsiktiga incitamentsprogram LTI 2011 och LTI 2012³

Deltagare	LTI 2011			LTI 2012		
	Matchningsaktier antal B-aktier ¹	Antal personaloptioner ¹	Målvärde Mkr ²	Matchningsaktier antal B-aktier ¹	Antal personaloptioner ¹	Målvärde Mkr ²
VD	4 264	42 640	1,4	4 413	44 130	1,1
Andra medlemmar av koncernledningen	10 167	101 670	3,3	11 539	115 390	2,9
Övriga deltagare	21 320	213 200	7,0	21 741	217 410	5,5
Totalt	35 751	357 510	11,7	37 693	376 930	9,6

¹ Antalet aktier och personaloptioner kan komma att räknas om i händelse av eventuell nyemission.

² Programmets målvärde beräknas utifrån det verkliga värdet på tilldelningsdagen. Aktiens värde på tilldelningsdagen uppgick till 85,90 kr (LTI 2011)/ 86,44 (LTI 2012) och det verkliga värdet på optionen uppgick till 24,22 kr/16,75 kr. För att beräkna optionernas verkliga värde har den binomiala modellen för optionsvärdering använts. Värdet har gjorts med ett initialt aktiepris på 98,31 kr/99,43 kr, ett lösenpris på 108,10 kr/109,10 kr, en förväntad utdelning per aktie och år, en förväntad löptid på optionerna om 5 år, en ränta om 2,98 procent/1,15 procent, en volatilitet om 40,92 procent/34,00 procent samt årliga avgångar om 5 procent. Volatiliteten mätt som standardavvikelse för förväntad avkastning på aktiepriset baseras på en statistisk analys av dagliga aktiekurser under de senaste tre åren. Värdena har justerats för diskonterade värdet av framtida utdelningar.

³ Initialt vid programmets start förvärvade deltagarna 38 398 aktier respektive 40 058 inom ramen för LTI 2011 och LTI 2012.

Not 8 Finansiella intäkter och kostnader

Finansiella intäkter är fördelade enligt nedan:

Koncernen	2012/13	2011/12
Ränteintäkter	1,9	6,0
Summa koncernen	1,9	6,0
Moderbolaget	2012/13	2011/12
Ränteintäkter	2,0	1,0
Ränteintäkter dotterföretag	4,9	21,2
Summa moderbolaget	6,9	22,2

Finansiella kostnader är fördelade enligt nedan:

Koncernen	2012/13	2011/12
Räntekostnader	-12,6	-15,6
Moderbolaget	2012/13	2011/12
Räntekostnader	-12,6	-15,4
Räntekostnader dotterföretag	-3,3	-4,1
Summa moderbolaget	-15,9	-19,5

Finansnettot 2012/13 har belastats av en engångspost uppgående till 6,4 Mkr, avseende för högt redovisad internränta under åren 2007 till 2011.

Not 9 Inkomstskatt

	Koncernen		Moderbolaget	
	2012/13	2011/12	2012/13	2011/12
Skatt på årets resultat				
Inkomstskatt på årets resultat	98,2	113,7	60,1	85,6
	98,2	113,7	60,1	85,6
Uppskjuten skatt				
Uppskjuten skatt avseende temporära skillnader	-9,8	38,8	0,0	0,0
Uppskjuten skatt avseende skattevärde i aktiverade underskottsavdrag	0,0	-2,0	0,0	0,0
	-9,8	36,8	0,0	0,0
Totalt redovisad skatte-kostnad	88,4	150,5	60,1	85,6
Avstämning mellan gällande skattesats och effektiv skat-tesats				
Redovisat resultat före skatt	419,9	551,0	206,1	332,0
Inkomstskatt beräknad enligt nationella skattesatser gäl-lande för resultat i respektive land (26-28%)	-114,0	-147,6	-54,2	-87,3
Skatteeffekt av:				
Ej avdragsgilla kostnader/ ej bokförda intäkter	-4,2	-3,8	-2,6	-1,4
Temporära skillnader	0,8	1,2	-1,2	3,1
Effekt av förändrad skattesats i Sverige	31,1	0,0	0,0	0,0
Justering tidigare taxering	-2,0	-0,3	-2,0	0,0
Redovisad skattekostnad	-88,4	-150,5	-60,1	-85,6

Gällande skattesats för inkomstskatt, %	26,6	26,6	26,3	26,3
Effektiv skattesats, %	21,0	27,3	29,2	32,9

Uppskjutna skatteposter som har redovisats direkt mot eget kapital	0,0	0,0	0,0	0,0
--------------------------------------------------------------------	-----	-----	-----	-----

Koncernen	2012/13	2011/12
Redovisade uppskjutna skattefordringar och -skatteskulder		
Inventarier, verktyg och installationer	-1,9	-1,9
Internvinst i varulager	-3,9	-5,0
Reserveringar	6,5	6,6
Pensioner	0,3	0,3
Avskrivningar utöver plan	-77,5	-85,1
Periodiseringsfonder	-103,8	-105,1
Underskott i dotterbolag	0,0	0,0
Övrigt	2,7	2,9
Summa uppskjuten skattefordran (+) uppskjuten skatteskuld (-), netto	-177,4	-187,2
Uppskjuten skattefordran	3,1	3,2
Uppskjuten skatteskuld	-180,5	-190,5

Koncernen har inga oredovisade uppskjutna skattefordringar eller skatteskulder på temporära skillnader.

Koncernen 2012/13	Belopp vid årets ingång	Redovisat över resultat-räkningen	Belopp vid årets utgång
-------------------	-------------------------	-----------------------------------	-------------------------

Förändring av uppskjuten skatt i temporära skillnader under året			
Inventarier, verktyg och installationer	-1,9	0,0	-1,9
Internvinst i varulager	-5,0	1,1	-3,9
Reserveringar	6,6	-0,1	6,5
Pensioner	0,3	0,0	0,3
Avskrivningar utöver plan	-85,1	7,6	-77,5
Periodiseringsfonder	-105,1	1,3	-103,8
Övrigt	2,9	-0,2	2,7
Summa	-187,3	9,8	-177,4

Koncernen 2011/12	Belopp vid årets ingång	Redovisat över resultat-räkningen	Belopp vid årets utgång
-------------------	-------------------------	-----------------------------------	-------------------------

Förändring av uppskjuten skatt i temporära skillnader under året			
Inventarier, verktyg och installationer	-2,1	0,2	-1,9
Varulager	0,0	0,0	0,0
Internvinst i varulager	-7,7	2,7	-5,0
Reserveringar	8,2	-1,6	6,6
Pensioner	0,2	0,1	0,3
Avskrivningar utöver plan	-74,1	-11,0	-85,1
Periodiseringsfonder	-77,0	-28,1	-105,1
Underskott i dotterbolag	2,0	-2,0	0,0
Övrigt	0,0	2,9	2,9
Summa	-150,5	-36,8	-187,3

Not 10 Vinst per aktie

	2012/13	2011/12
<i>Vinst per aktie före utspädning</i>		
Årets resultat	331,5	400,5
Genomsnittligt antal aktier före utspädning	63,3	63,6
Vinst per aktie före utspädning	5,23	6,29
<i>Vinst per aktie efter utspädning</i>		
Årets resultat	331,5	400,5
Genomsnittligt antal aktier efter utspädning	63,4	63,7
Vinst per aktie efter utspädning	5,23	6,29

Resultat per aktie före och efter utspädning

Beräkningen av resultat per aktie har baserats på årets resultat hänförligt till moderbolagets aktieägare uppgående till 331,5 Mkr (400,5 Mkr) och på ett vägt genomsnitt antal utestående aktier före respektive efter utspädning under såväl 2011/12 som 2012/13.

Not 11 Utdelning per aktie

De utdelningar som betalades ut under 2012/13 och 2011/12 uppgick till 269,0 Mkr (4,25 kr per aktie) respektive 238,6 Mkr (3,75 kr per aktie). På årsstämman den 7 september 2013 kommer en utdelning avseende år 2012/13 på 4,25 kr per aktie, totalt 279 Mkr, att föreslås. Den föreslagna utdelningen har inte redovisats som skuld i dessa finansiella rapporter.

Not 12 Anläggningstillgångar

	Koncernen		Moderbolaget	
	2012/13	2011/12	2012/13	2011/12
<i>Immateriella anläggningstillgångar</i>				
Aktiverade IT- och programvarukostnader				
Ingående anskaffningsvärde	89,4	33,9	89,4	33,9
Årets anskaffningar	37,4	55,5	37,4	55,5
Försäljningar och utrangeringar	-0,6	0,0	-0,6	0,0
Utgående ackumulerat anskaffningsvärde	126,2	89,4	126,2	89,4
Ingående avskrivningar	2,0	0,4	2,0	0,4
Årets avskrivningar	13,3	1,6	13,3	1,6
Försäljningar och utrangeringar	-0,1	0,0	-0,1	0,0
Utgående ackumulerade avskrivningar	15,2	2,0	15,2	2,0
Utgående planenligt restvärde	111,0	87,4	111,0	87,4
<i>Materiella anläggningstillgångar</i>				
Byggnader och mark				
Ingående anskaffningsvärde	738,1	737,5	736,3	735,7
Årets anskaffningar	1,3	0,6	1,3	0,6
Omklassificeringar	0,0	0,0	0,0	0,0
Omräkningsdifferenser	0,0	0,0	0,0	0,0
Utgående ackumulerat anskaffningsvärde	739,4	738,1	737,6	736,3

	Koncernen		Moderbolaget	
	2012/13	2011/12	2012/13	2011/12
Årets avskrivningar	29,1	29,1	28,9	28,9
Omräkningsdifferenser	0,0	0,0	0,0	0,0
Utgående ackumulerade avskrivningar	224,6	195,5	223,9	195,0
Utgående planenligt restvärde	514,8	542,6	513,8	541,3
Bokfört värde mark	6,5	6,5	6,5	6,5
<i>Inventarier, verktyg och installationer</i>				
Ingående anskaffningsvärde	1 462,0	1 301,5	890,9	849,3
Årets anskaffningar	128,3	151,0	44,6	63,6
Omklassificeringar	0,0	0,0	0,0	0,0
Försäljningar och utrangeringar	-16,7	-22,4	-15,7	-22,0
Omräkningsdifferenser	-33,0	31,9	0,0	0,0
Utgående ackumulerat anskaffningsvärde	1 540,6	1 462,0	919,8	890,9
Ingående avskrivningar	577,0	436,6	362,8	300,9
Årets avskrivningar	155,3	148,4	87,3	82,2
Försäljningar och utrangeringar	-15,8	-21,1	-15,3	-20,3
Omräkningsdifferenser	-11,7	13,1	0,0	0,0
Utgående ackumulerade avskrivningar	704,8	577,0	434,8	362,8
Utgående planenligt restvärde	835,8	885,0	485,0	528,1

Finansiella anläggningstillgångar

Ingående anskaffningsvärde	0,3	0,5	446,7	446,7
Minskning/ökning av långfristiga fordringar	-0,2	-0,2	-212,8	0,0
Utgående ackumulerat anskaffningsvärde	0,1	0,3	233,9	446,7
Verkligt värde	0,1	0,3	233,9	446,7

Investeringsåtaganden

Kontrakterade investeringar på balansdagen som ännu inte redovisas i de finansiella rapporterna uppgår till följande belopp:

Byggnader och mark	20,8	0,0	20,8	0,0
Inventarier, verktyg och installationer	55,5	88,0	22,5	27,0

Not 13 Varulager

	Koncernen		Moderbolaget	
	2012/13	2011/12	2012/13	2011/12
Handelsvaror	1 303,9	1 228,7	867,0	838,5
Summa	1 303,9	1 228,7	867,0	838,5
Kostnad för sålda varor	3 809,5	3 623,7	3 738,8	3 451,1
Varav inkurans	13,4	24,0	8,6	16,1

Inkurans beräknas enligt individuell bedömning utifrån åldersanalys i butiker och distributionscentral.

Not 14 Kundfordringar

	Koncernen		Moderbolaget	
	2012/13	2011/12	2012/13	2011/12
Kundfordringar	21,3	17,1	14,8	12,2
Summa	21,3	17,1	14,8	12,2
Verkligt värde	21,3	17,1	14,8	12,2

Not 15 Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter

	Koncernen		Moderbolaget	
	2012/13	2011/12	2012/13	2011/12
Förutbetalda hyror	89,7	88,8	40,6	43,3
Förutbetalda varukostnader	17,2	17,5	17,2	17,5
Övriga förutbetalda kostnader	46,7	47,0	21,4	13,1
Summa	153,6	153,3	79,2	73,9

Not 16 Likvida medel

Koncernen	2012/13	2011/12
Kassa och bank	124,6	111,8
Summa koncernen	124,6	111,8

Nyttjad checkräkningskredit, vilken ej ingår i likvida medel, uppgick vid årets slut i koncernen till 0 Mkr (30,0 Mkr), se not 20.

Onyttjad checkräkningskredit, vilken ej ingår i likvida medel, uppgick i koncernen till 350,0 Mkr (320,0 Mkr).

Not 17 Terminkontrakt

Per balansdagen finns utestående kassaflödessäkringar enligt tabell nedan.

Valutapar	Bokfört och verkligt värde		Nominellt belopp		Genomsnittlig återstående löptid i mån. ¹	
	2012/13	2011/12	2012/13	2011/12	2012/13	2011/12
Säljer/Köper						
NOK/SEK	5,1	1,8	135,0	293,8	1,1	1,6
USD/SEK	0,4	0,4	78,7	73,9	1,1	2,4
Total	5,5	2,2	213,7	367,7	1,1	1,8

¹ Löptiden är mellan 8 maj - 27 juni för USD/SEK och mellan 2 maj - 26 juni för NOK/SEK.

Terminkontrakten tillhör kategorin derivat som används för säkringsändamål. Samtliga derivat är värderade till verkligt värde, fastställt genom användning av kursen för valutaterminer på balansdagen, det vill säga nivå 2 i verkligt värde hierarkin enligt IFRS 7. I valutaparen finns per 2013-04-30 endast positiva marknadsvärden. Terminkontrakt med negativa marknadsvärden uppgår totalt till 0,0 Mkr (0,8), vilket redovisas inom övriga kortfristiga skulder. Terminkontrakt med positiva marknadsvärden uppgår totalt till 5,5 Mkr (3,0), vilket redovisas inom posten övriga kortfristiga fordringar.

Uppskjuten skatt har beaktats med 1,5 Mkr och resterande verkligt värde om 4,0 Mkr har redovisats mot säkringsreserven inom eget kapital.

Not 18 Eget kapital

Totalt antal stamaktier är 65 600 000 (2010/11: 65 600 000) med kvotvärde 1,25. Antal A-aktier uppgår till 5 760 000 medan antal B-aktier uppgår till 59 840 000. Varje aktie av serie A berättigar till tio röster medan varje aktie av serie B berättigar till en röst. Alla emitterade aktier är till fullo betalda. Bolaget har utestående aktieoptionsprogram, vars utfall har säkrats genom återköp av 2 312 192 B-aktier. Antal utestående aktier vid årets slut uppgick till 63 287 808 (63 615 000). Genomsnittligt antal aktier före och efter utspädning redovisas i not 10.

Koncernens reserver består av omräkningsdifferenser uppgående till -87,3 Mkr (-50,1 Mkr), samt säkringsreserv uppgående till 5,7 Mkr (3,1 Mkr).

Not 19 Pensionsförpliktelser

Pensionsförpliktelser avser anställda i dotterföretag i Norge. Pensionen är förmånsbestämd vilket innebär att ersättningar till anställda och före detta anställda baseras på lön vid pensioneringstidpunkten och antal tjänsteår. Förpliktelserna är tryggade i försäkringsbolaget Storebrand AS.

Koncernen	2012/13	2011/12
Överskott(-)/förpliktelser(+) i balansräkningen för:		
Pensionsförmåner	0,2	0,3
Summa koncernen	0,2	0,3

Koncernen	2012/13	2011/12
Redovisning i resultaträkningen avseende:		
Pensionsförmåner	0,2	0,3
Summa koncernen	0,2	0,3

Pensionsförmåner

De belopp som redovisas i balansräkningen har beräknats enligt följande:

	2012/13	2011/12	2010/11	2009/10	2008/09
Nuvärde för fond- erade förpliktelser	6,9	9,4	8,7	9,0	9,7
Verkligt värde på förvaltningstillgångar	-8,1	-9,4	-8,6	-9,3	-8,0
Oredovisade aktua- riella vinster/förluster	1,4	0,3	0,2	0,6	-1,6
Tillgång/skuld i balansräkningen	0,2	0,3	0,3	0,3	0,1

De belopp som redovisas i resultaträkningen är följande:

	2012/13	2011/12	2010/11
Kostnader för tjänstgöring under inne- varande år	0,3	0,3	0,4
Räntekostnad	0,3	0,3	0,4
Förväntad avkastning på förvaltnings- tillgångar	-0,3	-0,3	-0,5
Aktuariella nettovinster/förluster redo- visade under året	-0,1	0,0	0,0
Summa, ingår i personalkostnader	0,2	0,3	0,3

Av den totala kostnaden ingick 0,0 Mkr (0,0 Mkr) i posten Kostnad för sålda varor, 0,2 Mkr (0,2 Mkr) i Försäljningskostnader och 0,0 Mkr (0,1 Mkr) i Administrationskostnader.

Den faktiska avkastningen på förvaltningstillgångar uppgick till 0,2 Mkr (0,3 Mkr).

Förändringar i den tillgång/skuld som redovisas i balansräkningen är:

	2012/13	2011/12
Vid årets början	0,3	0,3
Valutakursdifferenser	0,0	0,0
Summa kostnader redovisade i resultaträkningen	0,2	0,3
Erlagda avgifter	-0,3	-0,3
Vid årets slut	0,2	0,3

De viktigaste aktuariella antagandena som användes var följande:

	2012/13	2011/12
Diskonteringsränta, %	3,9	2,6
Förväntad avkastning på förvaltningstillgångar, %	3,9	4,1
Framtida löneökningar, %	3,5	3,5
Framtida pensionsökningar, %	0,2	0,1
Uppskattad genomsnittlig återstående tjänstetid, år	5	6

Avgiftsbestämda planer

Avgiftsbestämda planer förekommer i Sverige, Norge och Finland. Betalning till dessa sker löpande enligt reglerna i respektive plan.

	2012/13	2011/12
Koncernen	51,1	48,2
Moderbolaget	31,3	30,0

Av koncernens totala kostnad för avgiftsbestämda planer avser 8,6 Mkr (8,6 Mkr) ITP-plan finansierad i Alecta. Alectas överskott kan fördelas till försäkringstagarna och/eller de försäkrade. Vid utgången av 2012 uppgick Alectas överskott i form av den kollektiva konsolideringsnivån till 129 procent (2011: 113 procent). Den kollektiva konsolideringsnivån utgörs av marknadsvärdet på Alectas tillgångar i procent av försäkringsåtagandena beräknade enligt Alectas försäkringstekniska beräkningsantaganden, vilka inte överensstämmer med IAS 19.

Not 20 Finansiella instrument

Finansiella instrument per kategori

Tillgångar 2013-04-30	Låne och kundfordringar	Derivat för säkringsändamål	Summa
Derivatinstrument	0,0	5,5	5,5
Kundfordringar	21,3	0,0	21,3
Likvida medel	124,6	0,0	124,6
Summa	145,9	5,5	151,4

Skulder 2013-04-30	Derivat för säkringsändamål	Övriga finansiella skulder	Summa
Derivatinstrument	0,0	0,0	0,0
Banklån	0,0	0,0	0,0
Leverantörsskulder och andra skulder	0,0	587,7	587,7
Summa	0,0	587,7	587,7

Tillgångar 2012-04-30	Låne och kundfordringar	Derivat för säkringsändamål	Summa
Derivatinstrument	0,0	3,0	3,0
Kundfordringar	17,1	0,0	17,1
Likvida medel	111,8	0,0	111,8
Summa	128,9	3,0	131,9

Skulder 2012-04-30	Derivat för säkringsändamål	Övriga finansiella skulder	Summa
Derivatinstrument	0,8	0,0	0,8
Banklån	0,0	0,0	0,0
Leverantörsskulder och andra skulder	0,0	492,1	492,1
Summa	0,8	492,1	492,9

Finansiella skulder

	Koncernen		Moderbolaget	
	2012/13	2011/12	2012/13	2011/12
Leverantörsskulder	511,8	396,8	458,5	341,9
Övriga kortfristiga skulder	75,9	65,3	12,9	13,8
Summa	587,7	462,1	471,4	355,7
Verkligt värde	587,7	462,1	471,4	355,7

Genomsnittlig kreditdittid för leverantörsskulder är 45 dagar (45 dagar) och för övriga kortfristiga skulder 21 dagar (20 dagar).

	Koncernen		Moderbolaget	
	2012/13	2011/12	2012/13	2011/12
Långfristig del				
Banklån	0,0	0,0	0,0	0,0
Kortfristig del				
Checkräkningskrediter	0,0	30,0	0,0	30,0
Summa upplåning	0,0	30,0	0,0	30,0

Samtliga banklån och checkräkningskrediter är i SEK. Under innevarande räkenskapsår har moderbolaget haft banklån som har amorterats i sin helhet. Banklånet hade under innevarande räkenskapsår en genomsnittlig ränta på 2,06 procent per år.

På checkräkningskrediten löper rörlig ränta. Under året har den genomsnittliga räntan varit 2,02 procent.

Säkerhet för banklån utgörs av redovisning av finansiella covenant. Kreditlimiten på checkräkningskrediterna uppgår till 350 Mkr (350 Mkr).

Moderbolagets kredit ingår i en Cashpool för koncernen där utnyttjad kredit uppgick till 0,0 Mkr (30,0 Mkr).

Det verkliga värdet på upplåning motsvarar dess redovisade värde, eftersom diskonteringseffekten inte är väsentlig.

Not 21 Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter

	Koncernen		Moderbolaget	
	2012/13	2011/12	2012/13	2011/12
Upplupna lönekostnader	88,1	85,0	48,4	44,6
Upplupna semesterlönekostnader	150,6	140,8	87,9	82,3
Upplupna sociala avgifter	73,7	83,1	60,8	70,7
Övriga poster	118,6	88,5	46,1	18,8
Summa	431,0	397,4	243,2	216,4

Not 22 Övriga avsättningar

Avser avsättningar för garantiåtaganden, outlösta presentkort, öppet köp och beräknade bonuspoäng till kundklubsmedlemmar som alla förväntas tas i anspråk under det nästkommande räkenskapsåret. Avsättningen för beräknade framtida garantiåtaganden motsvaras av årets garantikostnader med beaktande av garantitidens längd. 90 dagars öppet köp gäller i köpvillkoren. Avsättningen för öppet köp är beräknad enligt dessa villkor, med beaktande av bedömd returräntefrekvens.

	Koncernen		Moderbolaget	
	2012/13	2011/12	2012/13	2011/12
Garantiåtaganden				
Ingående avsättningar	8,6	7,9	4,6	4,5
lanspråktagande under året	-8,6	-7,9	-4,6	-4,5
Avsatt under året	10,2	8,6	6,2	4,6
Summa	10,2	8,6	6,2	4,6
Öppet köp, outlösta presentkort och bonuspoäng				
Ingående avsättningar	17,8	15,5	9,3	8,8
lanspråktagande under året	-17,8	-15,5	-9,3	-8,8
Avsatt under året	19,0	17,8	12,0	9,3
Summa	19,0	17,8	12,0	9,3

Not 23 Koncerninterna transaktioner

Av moderbolagets fakturerade försäljning avser 2 129,1 Mkr (1 995,7 Mkr) koncernintern försäljning. Av dessa avser 1 789,5 Mkr (1 666,6 Mkr) försäljning till Clas Ohlson AS i Norge, 323,8 Mkr (314,3 Mkr) försäljning till Clas Ohlson OY i Finland och 15,8 Mkr (14,8 Mkr) försäljning till Clas Ohlson Ltd i England. Några inköp från dotterföretagen har ej förekommit.

Not 24 Andelar i koncernföretag

Dotterföretaget Clas Ohlson AS i Norge, med organisationsnummer NO 937402198 och med säte i Oslo, 10 000 aktier a nom 100 kronor. Ägarandel 100 procent. Bokförd värde 50 475 kronor (50 475).

Dotterföretaget Clas Ohlson OY i Finland, med organisationsnummer FI 1765891-7 och med säte i Helsingfors, 500 000 aktier a nom 1 euro. Ägarandel 100 procent. Bokförd värde 18,0 Mkr (18,0 Mkr), varav värde av aktieägartillskott 13,3 Mkr (13,3 Mkr).

Dotterföretaget Clas Ohlson Ltd i England, med organisationsnummer 6298382, 300 000 aktier a nom 1 GBP. Ägarandel 100 procent. Bokförd värde 4,0 Mkr (4,0 Mkr).

Dotterföretaget Clas Ohlson Ltd i Shanghai, med organisationsnummer 310000400574190, 1 500 000 aktier a nom 1 USD. Ägarandel 100 procent. Bokförd värde 11,3 Mkr (11,3 Mkr).

Not 25 Bokslutsdispositioner

Moderbolaget	2012/13	2011/12
<i>Skillnaden mellan bokförda avskrivningar och avskrivningar enligt plan på:</i>		
- inventarier, verktyg och installationer	-29,9	-42,6
- byggnader och mark	1,0	1,0
<i>till periodiseringsfond</i>		
Tax 2014 respektive 2013	-72,0	-107,0
Summa moderbolaget	-100,9	-148,6

Not 26 Kassa och bank

Moderbolaget	2012/13	2011/12
Kassa och bank	26,8	86,1
Summa moderbolaget	26,8	86,1

Nyttjad checkräkningskredit, vilken ej ingår i kassa och bank, uppgick vid årets slut till 0,0 Mkr (30,0 Mkr). Krediten ingår i en cashpool för koncernen där nyttjad kredit uppgick till 0 Mkr.

Outnyttjad checkräkningskredit, vilken ej ingår i likvida medel, uppgick i koncernen till 350,0 Mkr (320,0 Mkr).

Not 27 Obeskattade reserver

Moderbolaget	2012/13	2011/12
<i>Ackumulerad skillnad mellan bokförda avskrivningar och avskrivningar enligt plan på:</i>		
- inventarier, verktyg och installationer	347,6	317,7
- byggnader och mark	4,8	5,8
<i>Avsättning till periodiseringsfond</i>		
Tax 2010	71,6	71,6
Tax 2011	158,0	158,0
Tax 2012	63,0	63,0
Tax 2013	107,0	107,0
Tax 2014	72,0	-
Summa moderbolaget	824,0	723,1

Not 28 Ställda säkerheter

	Koncernen		Moderbolaget	
	2012/13	2011/12	2012/13	2011/12
Likvida medel	14,9	13,9	0,0	0,0
Fastighetsinteckningar	0,0	0,0	0,0	0,0
Företagsinteckningar	0,0	0,0	0,0	0,0
Summa säkerheter	14,9	13,9	0,0	0,0

Bolaget har inga säkerheter, för egna förpliktelser, gällande valutatermins-kontrakt. Gällande utnyttjade checkräkningskrediter redovisar bolaget finansiella konventioner vars villkor bolaget uppfyller med god marginal. Checkräkningskrediterna uppgick vid årets slut till 0,0 Mkr (30,0 Mkr) i koncernen och moderbolaget. Under året uppgick utnyttjade checkräkningskrediter till 350 Mkr (320,0 Mkr) i koncernen samt moderbolaget.

Not 29 Ansvarsförbindelser och åtaganden

	2012/13	2011/12
<i>Ansvarsförbindelser moderbolaget</i>		
Borgen till förmån för koncernföretag avseende framtida hyresåtaganden	275,3	281,5

Åtaganden

Samtliga butikslokaler, utom den i Insjön, förhyrs och behandlas som operationell leasing. Bolagets ambition är att hyran i huvudsak ska vara fast och inte baseras på butikernas omsättning. Avtalstiden uppgick per 2013-04-30 till i genomsnitt 5 år.

Avtalade hyresavtal är beräknade enligt 2013 års hyresnivå.

Moderbolaget	2012/13	2011/12			
Räkenskapsårets hyror och leasingavgifter	242,2	221,1			
	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17	2017-
Avtalade framtida hyror	239,6	226,0	207,3	194,8	629,5

Koncernen har inga eventalförpliktelser.

Åtaganden

Samtliga butikslokaler, utom den i Insjön, förhyrs och behandlas som operationell leasing. Bolagets ambition är att hyran i huvudsak ska vara fast och inte baseras på butikernas omsättning. Avtalstiden uppgick per 2013-04-30 till i genomsnitt 5 år.

Avtalade hyresavtal är beräknade enligt 2013 års hyresnivå.

Koncernen	2012/13	2011/12			
Räkenskapsårets hyror och leasingavgifter	622,2	565,3			
	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17	2017-
Avtalade framtida hyror	652,1	603,4	545,2	492,3	1 446,0

Not 30 Transaktioner med närstående

Antalet aktieägare i moderbolaget uppgick vid verksamhetsårets slut till 26 449. Störst ägarandel har Clas Ohlsons ättlingar Helena Ek-Tidstrand, Björn Haid, Peter Haid, Claus-Toni Haid och Johan Tidstrand med 39 procent av kapitalet och 64 procent av rösterna. Några transaktioner med dessa närstående har ej skett under verksamhetsåret. När det gäller ersättningen till styrelse och ledande befattningshavare framgår detta av not 6 i årsredovisningen.

Not 31 Medelantalet anställda

	Koncernen		Moderbolaget	
	2012/13	2011/12	2012/13	2011/12
Sverige	1 397	1 305	1 397	1 305
– varav kvinnor	(587)	(548)	(587)	(548)
Summa Norge	665	628		
– varav kvinnor	(259)	(239)		
Summa Finland	223	190		
– varav kvinnor	(122)	(78)		
Summa Storbritannien	191	210		
– varav kvinnor	(99)	(113)		
Summa Kina	48	37		
– varav kvinnor	(30)	(22)		
Totalt	2 524	2 370	1 397	1 305
– varav kvinnor	1 097	1 000	587	548

Medelantalet anställda beräknas på totalt antal arbetade timmar i förhållande till total årsarbetstid. För mer information gällande våra medarbetare, se sidan 36-39 i den tryckta årsredovisningen.

Not 32 Redovisning i segment

Clas Ohlson har följande segment: Sverige, Norge, övriga segment (Finland och UK) samt koncerngemensamt. Koncerngemensamt segment avser de koncerngemensamma funktioner som består försäljningsorganisationerna med inköp, distribution, marknadsföring, ledning och övrig support. Stor del av koncernens värdeskapande sker i koncerngemensamt segment. Koncernens interntprissättning har anpassats efter dessa förutsättningar. Transaktionerna mellan koncerngemensamt och försäljningsorganisationerna utgörs i första hand av leveranser och betalning för varor, interndebitering av utförda tjänster samt räntor på koncerninterna lån. Det resultatmål som redovisas per segment utgörs av rörelseresultatet. Clas Ohlson har inte några kunder, som enskilt står för mer än 10 procent av koncernens omsättning.

	2012/13	2011/12
Nettoomsättning per segment (Mkr)		
Sverige	3 028,3	2 928,6
Norge	2 664,5	2 560,8
Finland och UK	826,1	770,6
Koncerngemensamt	2 129,1	1 995,7
Eliminering av försäljning till andra segment	-2 129,1	-1 995,7
Totalt	6 518,9	6 260,0

Rörelseresultat per segment (Mkr)

Sverige	91,3	95,6
Norge	107,5	84,1
Finland och UK	19,5	19,6
Koncerngemensamt	212,3	361,3
Totalt	430,6	560,6

Tillgångar per segment (Mkr)

Sverige	588,9	557,1
Norge	521,5	486,7
Finland och UK	399,8	408,4
Koncerngemensamt	1 473,4	1 492,5
Totalt	2 983,6	2 944,7

Likvida medel ingår inte i ovanstående tabell.

Investeringar och avskrivningar per segment (Mkr)

	Investeringar		Avskrivningar	
	2012/13	2011/12	2012/13	2011/12
Sverige	29,2	34,2	32,8	30,1
Norge	61,3	48,8	40,6	36,2
Finland och UK	22,1	29,7	32,5	30,0
Koncerngemensamt ¹	53,9	93,4	91,8	82,8
Totalt	166,5	206,1	197,7	179,1

¹ Investeringar i immateriella anläggningstillgångar uppgår till 36,8 Mkr (55,5 Mkr). Avskrivningar hänförliga till immateriella anläggningstillgångar uppgår till 13,2 Mkr (1,6 Mkr).

Not 33 Händelser efter årets slut

Försäljningen under maj 2013 ökade med 5 procent till 455 Mkr (434 Mkr). I lokala valutor ökade försäljningen med 8 procent. Jämfört med samma månad föregående år har 17 butiker (20) tillkommit och det totala antalet butiker uppgick per den sista maj 2013 till 176 butiker.

Distanshandeln uppgick till 8 Mkr (15 Mkr). Den lägre försäljningen jämfört med föregående år beror på väsentligt ökad försäljning under maj 2012/13 då Clas Ohlsons nya e-handelsplattform lanserades i Sverige och Norge med olika öppningserbjudanden.

Försäljningen fördelar sig enligt följande:

Försäljningskanaler (MSEK)	Procentuell förändring, lokal valuta			
	maj 2013	maj 2012		
Länder				
Sverige	215	207	+ 4	+ 4
Norge	180	172	+ 5	+ 10
Finland	42	36	+ 19	+ 25
UK	17	19	- 8	+ 2
Summa	455	434	+ 5	+ 8

Årsstämman i Clas Ohlson AB gav den 8 september 2012 styrelsen mandat att under perioden fram till nästa årsstämma förvärva maximalt 859 000 aktier för att säkra företagens åtagande i samband med införandet av ett aktierelaterat incitamentsprogram, LTI 2013. Det totala antalet aktier som krävs för att säkra åtagandet för LTI 2013 har beräknats till 780 000 aktier. En del av åtagandet för LTI 2013 kan säkras genom att använda aktier (543 419) som återköpts för att säkra LTI 2010 som förfallit och där endast matchningsaktier tilldelats (26 581 aktier av de 570 000 som återköptes).

Styrelsen har beslutat att utnyttja stämmans bemyndigande för att återköpa de resterande 236 581 aktier som krävs för att säkra bolagets åtagande gällande LTI 2013. Förvärv kommer att ske på Nasdaq OMX Stockholm, under perioden fram till årsstämman 2013, till ett pris inom det vid var tid registrerade kursintervall. Bolagets innehav av Clas Ohlson aktier uppgick per den 30 april 2013 till 2 312 192 aktier motsvarande 4 procent av totala antalet registrerade aktier.

Årsredovisningens undertecknande

Koncernredovisningen har upprättats i enlighet med internationella redovisningsstandarder IFRS sådana de antagits av EU och ger en rättvisande bild av koncernens ställning och resultat. Årsredovisningen har upprättats i enlighet med god redovisningssed och ger en rättvisande bild av moderbolagets ställning och resultat. Förvaltningsberättelsen för koncernen och moderbolaget ger en rättvisande översikt över utvecklingen av koncernens och moderbolagets verksamhet, ställning och resultat samt beskriver väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer som moderbolaget och de företag som ingår i koncernen står inför.

Insjön 2013-06-27

Anders Moberg
Styrelseordförande

Björn Haid

Sanna Suvanto-Harsaae

Lottie Svedenstedt

Urban Jansson

Cecilia Marlow

Edgar Rosenberger

Klas Balkow
Verkställande direktör

Johan Åhlberg
Arbetstagarrepresentant (Handels)

Henrik Andersson
Arbetstagarrepresentant (Unionen)

Vår revisionsberättelse har avgivits 2013-07-05

Öhrlings PricewaterhouseCoopers AB

Annika Wedin
Auktoriserad revisor

Lennart Danielsson
Auktoriserad revisor

Balansräkningarna och resultaträkningarna ska fastställas på årsstämma den 7 september 2013.

Revisionsberättelse

Till årsstämman i Clas Ohlson Aktiebolag (publ)
Org nr 556035-8672

Rapport om årsredovisningen och koncernredovisningen

Vi har utfört en revision av årsredovisningen och koncernredovisningen för Clas Ohlson AB (publ) för räkenskapsåret 2012-05-01-2013-04-30. Bolagets årsredovisning och koncernredovisning ingår i den tryckta versionen av detta dokument på sidorna 48-76.

Styrelsens och verkställande direktörens ansvar för årsredovisningen och koncernredovisningen

Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för att upprätta en årsredovisning som ger en rättvisande bild enligt årsredovisningslagen och en koncernredovisning som ger en rättvisande bild enligt International Financial Reporting Standards, såsom de antagits av EU, och årsredovisningslagen, och för den interna kontroll som styrelsen och verkställande direktören bedömer är nödvändig för att upprätta en årsredovisning och koncernredovisning som inte innehåller väsentliga felaktigheter, vare sig dessa beror på oegentligheter eller på fel.

Revisorernas ansvar

Vårt ansvar är att uttala oss om årsredovisningen och koncernredovisningen på grundval av vår revision. Vi har utfört revisionen enligt International Standards on Auditing och god revisionssed i Sverige. Dessa standarder kräver att vi följer yrkesetiska krav samt planerar och utför revisionen för att uppnå rimlig säkerhet att årsredovisningen och koncernredovisningen inte innehåller väsentliga felaktigheter.

En revision innefattar att genom olika åtgärder inhämta revisionsbevis om belopp och annan information i årsredovisningen och koncernredovisningen. Revisorn väljer vilka åtgärder som ska utföras, bland annat genom att bedöma riskerna för väsentliga felaktigheter i årsredovisningen och koncernredovisningen, vare sig dessa beror på oegentligheter eller på fel. Vid denna riskbedömning beaktar revisorn de delar av den interna kontrollen som är relevanta för hur bolaget upprättar årsredovisningen och koncernredovisningen för att ge en rättvisande bild i syfte att utforma granskningsåtgärder som är ändamålsenliga med hänsyn till omständigheterna, men inte i syfte att göra ett uttalande om effektiviteten i bolagets interna kontroll. En revision innefattar också en utvärdering av ändamålsenligheten i de redovisningsprinciper som har använts och av rimligheten i styrelsens och verkställande direktörens uppskattningar i redovisningen, liksom en utvärdering av den övergripande presentationen i årsredovisningen och koncernredovisningen.

Vi anser att de revisionsbevis vi har inhämtat är tillräckliga och ändamålsenliga som grund för våra uttalanden.

Uttalanden

Enligt vår uppfattning har årsredovisningen upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och ger en i alla väsentliga avseenden rättvisande bild av moderbolagets finansiella ställning per den 30 april 2013 och av dess finansiella resultat och kassaflöden för året enligt årsredovisningslagen. Koncernredovisningen har upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och ger en i alla väsentliga avseenden rättvisande bild av

koncernens finansiella ställning per den 30 april 2013 och av dess finansiella resultat och kassaflöden för året enligt International Financial Reporting Standards, såsom de antagits av EU, och årsredovisningslagen. En bolagsstyrningsrapport har upprättats. Förvaltningsberättelsen och bolagsstyrningsrapporten är förenliga med årsredovisningens och koncernredovisningens övriga delar.

Vi tillstyrker därför att årsstämman fastställer resultaträkningen och balansräkningen för moderbolaget och koncernen.

Rapport om andra krav enligt lagar och andra författningar

Utöver vår revision av årsredovisningen och koncernredovisningen har vi även utfört en revision av förslaget till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust samt styrelsens och verkställande direktörens förvaltning för Clas Ohlson AB (publ) för räkenskapsåret 2012-05-01-2013-04-30.

Styrelsens och verkställande direktörens ansvar

Det är styrelsen som har ansvaret för förslaget till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust, och det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för förvaltningen enligt aktiebolagslagen.

Revisorernas ansvar

Vårt ansvar är att med rimlig säkerhet uttala oss om förslaget till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust och om förvaltningen på grundval av vår revision. Vi har utfört revisionen enligt god revisionssed i Sverige.

Som underlag för vårt uttalande om styrelsens förslag till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust har vi granskat styrelsens motiverade yttrande samt ett urval av underlagen för detta för att kunna bedöma om förslaget är förenligt med aktiebolagslagen.

Som underlag för vårt uttalande om ansvarsfrihet har vi utöver vår revision av årsredovisningen och koncernredovisningen granskat väsentliga beslut, åtgärder och förhållanden i bolaget för att kunna bedöma om någon styrelseledamot eller verkställande direktören är ersättningsskyldig mot bolaget. Vi har även granskat om någon styrelseledamot eller verkställande direktören på annat sätt har handlat i strid med aktiebolagslagen, årsredovisningslagen eller bolagsordningen.

Vi anser att de revisionsbevis vi har inhämtat är tillräckliga och ändamålsenliga som grund för våra uttalanden.

Uttalanden

Vi tillstyrker att årsstämman disponerar vinsten enligt förslaget i förvaltningsberättelsen och beviljar styrelsens ledamöter och verkställande direktören ansvarsfrihet för räkenskapsåret.

Insjön den 5 juli 2013

Öhrlings PricewaterhouseCoopers AB

Annika Wedin
Auktoriserad revisor

Lennart Danielsson
Auktoriserad revisor

Styrelse och revisorer



Anders Moberg

Styrelseordförande sedan 2004, ledamot sedan 2003.
Född 1950.

Arbetslivserfarenhet: Koncernchef i retailföretaget Majid Al Futtaim Group i Dubai 2007-2008, Koncernchef Royal Ahold 2003-2007. Divisionschef Home Depot 1999-2002. Ett antal år på IKEA varav som koncernchef 1986-1999.

Andra väsentliga styrelseuppdrag: Sverige: OBH Nordica AB (ordf.), Husqvarna, Byggmax AB, Bergendahls & Son AB, ZetaDisplay AB, Rezidor AB, ITAB Shop Concept AB. Danmark: Biva A/S. Finland: Ahlstrom OY, Soumen Lähikauppa Oy. Holland: HemA B.V. Tyskland: Amor GmbH.

Antal aktier i Clas Ohlson AB: 1 400 000¹

Oberoende*

¹ Ägda via kapitalförsäkring

Klas Balkow

Verkställande direktör och koncernchef från och med 8 september 2007. Född 1965.

Arbetslivserfarenhet: VD för ett dotterföretag inom Axel Johnson-koncernen med ansvar för Aximage, ett affärsområde som innefattar flera butikskedjor samt agenturen för Fujifilm i Sverige och Norge. Dessförinnan Bredbandsbolaget. Tidigare under en tioårsperiod ett antal ledande befattningar inom Procter & Gamble i både Norden och USA.

Andra väsentliga styrelseuppdrag: Ledamot i Inflight Service Group.

Antal aktier i Clas Ohlson AB: 24 314

Beroende**



*Oberoende i förhållande till bolaget, bolagsledningen samt till större aktieägare enligt Svensk kod för bolagsstyrning.

**Beroende i förhållande till bolaget och bolagsledningen enligt Svensk kod för bolagsstyrning. Oberoende i förhållande till större aktieägare.



Björn Haid

Styrelseledamot sedan 1990.
Född 1945. Clas Ohlsons dotterson.

Arbetslivserfarenhet: Sortimentutveckling på Clas Ohlson under åren 1965–2006.

Antal aktier i Clas Ohlson AB: 5 644 794

Beroende***

Urban Jansson

Styrelseledamot sedan 2005.
Född 1945. Högre bankutbildning (Skandinaviska Enskilda Banken).

Arbetslivserfarenhet: Koncernchef Ratos 1992-1998, vice VD för Incentive 1990-1992, koncernchef HNJ Intressenter 1984-1990, olika ledande befattningar inom SEB 1972-1984.

Andra väsentliga styrelseuppdrag: Ordförande i HMS Networks. Vice ordförande i SEB och Svedbergs. Styrelseledamot i Höganäs och Lindégruppen.

Antal aktier i Clas Ohlson AB: 20 000

Oberoende*



Cecilia Marlow

Styrelseledamot sedan 2007.
Född 1960. Civilekonom, Handelshögskolan i Stockholm.

Arbetslivserfarenhet: VD för Kronans Droghandel 2008-2011. VD på JC/J-Store 2006-2007. VD Polarn&Pyret 2004-2006. VD Ordning&Reda 2001-2003. VD Publicis Welinder 1997-2001.

Andra väsentliga styrelseuppdrag: Ordförande i Kivra. Styrelseledamot i Svenska Spel, Nordea Fonder och Forex Bank.

Antal aktier i Clas Ohlson AB: 500

Oberoende*

*Oberoende i förhållande till bolaget, bolagsledningen samt till större aktieägare enligt Svensk kod för bolagsstyrning.

***Beroende i förhållande till större aktieägare enligt Svensk kod för bolagsstyrning. Oberoende i förhållande till bolaget och bolagsledningen.



Lottie Svedenstedt

Styrelseledamot sedan 2004.

Född 1957. Juristexamen, Uppsala Universitet.

Arbetslivserfarenhet: Koncernchef KID Interiör 2006-2007. Egen konsultverksamhet inom organisations- och ledarskapsutveckling 2000-2006. Affärsområdeschef IKEA of Sweden 1998-2000. Deputy General Manager Inter IKEA Systems BV 1996-1998. VD Inter IKEA Systems AS 1993-1996. Regionchef H&M 1989-1992.

Andra väsentliga styrelseuppdrag: Styrelseordförande i MiL Institute. Ledamot i Stampen AB, ITAB Shop Concept AB, Byggmax AB, Thule Group AB och Swedavia AB.

Antal aktier i Clas Ohlson AB: 3 300

Oberoende*

Sanna Suvanto-Harsaae

Styrelseledamot sedan 2010.

Född 1966. Civilekonom, Lunds Universitet.

Arbetslivserfarenhet: VD ReckittBenckiser Norden 2004-2008. Marketing och Business Development Direktör Synoptik 2001-2004. Europeisk Marketing Manager och andra ledande befattningar i Procter & Gamble Norden, Tyskland och Europa 1991-2001.

Andra väsentliga styrelseuppdrag: Ordförande i Babysam AS, Best Friend OY och Sunset Boulevard AS samt ledamot i SAS AB, Altia OY, CCS AB, Paulig AB och Upplands Motor AB.

Antal aktier i Clas Ohlson AB: 0

Oberoende*



Edgar Rosenberger

Styrelseledamot sedan 2009.

Född 1953. Master of Business Administration, Mannheim University.

Arbetslivserfarenhet: VD för konsultföretaget RETAIL BRAND SERVICES sedan 2002. VD för IPURI GmbH 1991-2002. VD för ESPRIT Europe GmbH 1987-1991. VD för H&M Tyskland GmbH 1980-1987.

Andra väsentliga styrelseuppdrag: Ledamot i REIMA OY samt i Tysk-Svenska Handelskammaren.

Antal aktier i Clas Ohlson AB: 0

Oberoende*

*Oberoende i förhållande till bolaget, bolagsledningen samt till större aktieägare enligt Svensk kod för bolagsstyrning.



Henrik Andersson

Styrelseledamot sedan 2012.

Född 1971. Arbetstagarrepresentant Unionen.

Antal aktier i Clas Ohlson AB: 0

Johan Åhlberg

Styrelseledamot sedan 2009.

Född 1969. Arbetstagarrepresentant Handels.

Antal aktier i Clas Ohlson AB: 100



Suppleant

Josefin Salminen

Styrelseledamot sedan 2012.

Född 1980. Arbetstagarrepresentant Handels.

Antal aktier i Clas Ohlson AB: 80

Suppleant

Lars Zwetsloot

Styrelseledamot sedan 2012.

Född 1976. Arbetstagarrepresentant Handels.

Antal aktier i Clas Ohlson AB: 0

Revisorer

Öhrlings PricewaterhouseCoopers AB

Annika Wedin

Auktoriserad revisor

Huvudansvarig

Revisor i Clas Ohlson AB sedan 2006.

Lennart Danielsson

Auktoriserad revisor

Revisor i Clas Ohlson AB sedan 2009.

Ledande befattningshavare



Klas Balkow

VD och koncernchef. Anställd 2007
Född 1965

Arbetslivserfarenhet: VD för ett dotterföretag inom Axel Johnson-koncernen med ansvar för Aximage, ett affärsområde som innefattar flera butikskedjor samt agenturen för Fujifilm i Sverige och Norge. Dessförinnan Bredbandsbolaget. Tidigare under en tioårsperiod ett antal ledande befattningar inom Procter & Gamble i både Norden och USA.

Antal aktier i Clas Ohlson AB: 24314



Peter Jelkeby

vVD. Anställd 2008
Född 1963. Civilekonom, Handelshögskolan Göteborg.

Arbetslivserfarenhet: Ställföreträdande landschef för Ikea i Storbritannien, 2006-2008. Tidigare roller inom Ikea innefattar ledande befattningar inom bland annat försäljning, marknadsföring och inköp sedan 1989.

Antal aktier i Clas Ohlson AB: 10225



Karin Svenske-Nyberg

Personaldirektör. Anställd 2013
Född 1966.

Arbetslivserfarenhet: Personaldirektör inom Stora Enso på affärsområdes- och landsnivå, 2007-2013. Tidigare roller inom Stora Enso inom områdena forskning, utveckling, produktion och HR sedan 1989.

Antal aktier i Clas Ohlson AB: 1691



John Womack

Informations- och IR-direktör. Anställd 2008
Född 1966. Fil.kand. Nationalekonomi, Lunds Universitet, DIHR, Stockholms Universitet.

Arbetslivserfarenhet: Informationsdirektör IBS 2003-2008. Seniorkonsult Spider Relations/Sund Kommunikation 2000-2003. IR-chef NCC 1998-2000. Presstalesman Postgirot Bank 1995-1998.

Antal aktier i Clas Ohlson AB: 12414



Göran Melin

Ekonomi- och finansdirektör. Anställd 2010
Född 1962. Civilekonom, Handelshögskolan Göteborg.

Arbetslivserfarenhet: Anställd på Öhrlings PwC 1987-2010.
Auktoriserad revisor 1991-2010 och partner 2001-2010.

Antal aktier i Clas Ohlson AB: 8650



Ulrika Göransson

Affärsutvecklingsdirektör. Anställd 2008
Född 1970. Civilekonom, Stockholms Universitet.

Arbetslivserfarenhet: Koncernmarknadschef för Clas Ohlson, 2008-2011. Head of Marketing Nordics, Novartis, 2007-2008. Varumärkesstrateg, LynxEye, 2003-2007. Consumer Insight Specialist Asia Pacific, Kraft Foods, 2003-2003. Senior Marketing Manager, General Mills, 1999-2002.

Antal aktier i Clas Ohlson AB: 8694



Tony Dahlström

Inköpsdirektör. Anställd 1982
Född 1964

Arbetslivserfarenhet: Kategorichef för Clas Ohlson 2009-2010. VD för OS Technology Nordic 2008-2009. Produktchef, Clas Ohlson 1996-2008. Olika roller inom butik, lager och kundservice på Clas Ohlson 1982-1996.

Antal aktier i Clas Ohlson AB: 6158



Bo Heyman

Etableringsdirektör. Anställd sedan 1983
Född 1952.

Arbetslivserfarenhet: Etableringschef för Clas Ohlson i Sverige och Finland, 2002-2007. Marknadschef och affärsområdeschef Clas Ohlson Sverige, 1996-2002. Säljledare och butiksansvarig för våra svenska butiker, etableringsansvarig i Sverige 1992-1996. Säljare, dekoratör, arbetsledare och butikschef på Clas Ohlson 1983-1992.

Antal aktier i Clas Ohlson AB: 7354



Magnus Højman

Varuförsörjningsdirektör. Anställd 2011
Född 1967. Civilekonom, Lunds Universitet och University of California

Arbetslivserfarenhet: Anställd på Accenture under 10 år där Magnus satt i ledningsgruppen inom Management Consulting. Arbetat med strategisk utveckling hos ett antal större detaljhandelsbolag i Sverige och i Norden. Dessförinnan Venture Manager på riskkapitalbolaget Real Venture Group och 5 år inom försäljning och management på Procter & Gamble Scandinavia.

Antal aktier i Clas Ohlson AB: 3212

Resultat per kvartal

Mkr	2012/13				2011/12			
	KV 1 120501 -120731	KV 2 120801 -121031	KV 3 121101 -130131	KV 4 130201 -130430	KV 1 110501 -110731	KV 2 110801 -111031	KV 3 111101 -120131	KV 4 120201 -120430
Försäljning	1 462,1	1 614,2	2 169,1	1 273,5	1 387,0	1 552,5	2 048,6	1 271,9
Kostnad för sålda varor	-840,3	-936,8	-1 274,8	-757,6	-795,8	-896,5	-1 179,7	-751,7
Bruttoresultat	621,8	677,4	894,3	515,9	591,2	656,0	868,9	520,2
Försäljningskostnader	-476,3	-530,8	-599,8	-496,5	-427,9	-490,8	-517,2	-470,7
Administrationskostnader	-44,7	-44,6	-46,9	-37,7	-43,4	-41,4	-43,8	-39,8
Övriga rörelseintäkter/kostnader	-0,3	0,0	-0,2	-1,0	-0,3	-0,2	-0,7	0,5
Rörelseresultat	100,5	102,0	247,4	-19,3	119,6	123,6	307,2	10,2
Finansnetto	-1,2	-1,9	-6,7	-0,9	-3,6	-2,8	-2,6	-0,6
Resultat före skatt	99,3	100,1	240,7	-20,2	116,0	120,8	304,6	9,6
Inkomstskatt	-26,8	-27,7	-36,7	2,8	-31,3	-32,7	-84,2	-2,3
Periodens vinst	72,5	72,4	204,0	-17,4	84,7	88,1	220,4	7,3
NYCKELTAL FÖR PERIODEN								
Bruttomarginal, %	42,5	42,0	41,2	40,5	42,6	42,3	42,4	40,9
Rörelsemarginal, %	6,9	6,3	11,4	-1,5	8,6	8,0	15,0	0,8
Vinst per aktie före utspädning	1,14	1,14	3,22	-0,27	1,33	1,38	3,46	0,11
Vinst per aktie efter utspädning	1,14	1,14	3,22	-0,27	1,33	1,38	3,46	0,11

Kommentarer till resultat per kvartal

Under det första kvartalet 2012/13 öppnades fem nya butiker (4) och distanshandeln gynnades av lansering av en ny e-handelsplattform i slutet av april 2012 för Sverige och Norge samt i Storbritannien i juni 2012. Under det andra kvartalet öppnades fem nya butiker (6) och e-handel i Finland som lanserades i september 2012. Under det tredje kvartalet öppnades fem nya butiker (3) och en mobilanpassad version av e-handeln som lanserades i november 2012 i alla fyra marknader. Under det fjärde kvartalet öppnades två nya butiker (5) och det nya lojalitetsprogrammet Club Clas som lanserades under mars 2013 i Sverige.

Säsongsvariationer

Clas Ohlsons marknad och verksamhet har säsongsvariationer där det tredje kvartalet (november-januari) generellt sett är det starkaste, sedan kommer det första och andra kvartalet och slutligen det fjärde kvartalet som är försäljnings- och resultatmässigt svagast. Se diagram med försäljning och rörelseresultat per kvartal.

Definitioner

Kassaflöde från rörelsen

Internt genererade medel inklusive förändring av rörelsekapital.

Rörelsekapital

Summan av omsättningstillgångar exklusive likvida medel, minskat med kortfristiga skulder.

Sysselsatt kapital

Balansomslutningen minskad med icke räntebärande skulder och avsättningar. Genomsnittligt sysselsatt kapital beräknas som genomsnittligt sysselsatt kapital under året.

Bruttomarginal

Bruttoresultatet i resultaträkningen i procent av räkenskapsårets nettoomsättning.

Rörelsemarginal

Rörelseresultat i procent av räkenskapsårets nettoomsättning.

Avkastning på eget kapital

Årets resultat enligt resultaträkningen i procent av genomsnittligt eget kapital.

Soliditet

Eget kapital vid årets slut i procent av balansomslutningen.

Försäljning per kvadratmeter i butik

Butikens försäljning i förhållande till den effektiva butiksytan. För nya butiker har omräkning skett i förhållande till hur länge butiken har varit öppen.

Vinst per aktie

Resultat efter skatt i relation till genomsnittligt antal aktier.

Bruttokassaflöde per aktie

Resultat efter skatt plus avskrivningar i relation till genomsnittligt antal aktier.

Adresser

Huvudkontor

Clas Ohlson AB
793 85 Insjön
Tel 0247-444 00
Fax 0247-444 25
www.clasohlson.se

Huvudkontor Norge

Clas Ohlson AS
Torggata 2-6
N-0105 Oslo
Tel +47 23 21 40 05
Fax +47 23 21 40 80
www.clasohlson.no

Huvudkontor Finland

Clas Ohlson Oy
Magistratsporten 4 A
FIN-00240 Helsingfors
Tel +358 (0)20 111 2222
Fax +358 (0)20 111 2234
www.clasohlson.fi

Huvudkontor Storbritannien

Clas Ohlson Ltd
10-13 Market Place
Kingston upon Thames
Surrey
KT1 1JP
Tel +44 (0)845 671 8215
www.clasohlson.co.uk

Distanshandel

Sverige

www.clasohlson.se

Norge

www.clasohlson.no

Finland

www.clasohlson.fi

England

www.clasohlson.co.uk

Sverige

Borås – Knalleland
Eskilstuna – Cityhuset
Falun – Falan Gallerian
Gävle – Affärshuset Nian
Gävle – Valbo Köpcentrum
Göteborg – Bäckebo
Göteborg – Nordstan
Göteborg – Partille
Göteborg – Sisjön Centrum
Göteborg – Västra Frölunda
Halmstad – Combihuset
Halmstad – Flygstaden handelsplats
Helsingborg – Kullagatan
Helsingborg – Väla centrum
Hudiksvall – Gallerian Fyren
Insjön – Dalarna
Jönköping – City
Jönköping – A6
Kalmar – Baronen
Kalmar – MODE
Karlstad – Mitt i City
Kiruna – Centrum
Kristianstad – Domus-huset
Kungsbacka – Kungsmässan
Lidköping – Centrum
Linköping – Centrum
Luleå – Smedjan
Luleå – Storhedens handelsområde
Malmö – Burlöv
Malmö – Burlöv
Malmö – Emporia
Motala – Centrum
Norrköping – Domino
Norrköping – Hageby Centrum
Norrtälje – Flygfältets handelsplats
Nyköping – Nyckeln
Piteå – Gallerian Piteå
Skellefteå – Citykompaniet
Skövde – Centrum
Stockholm – Bromma Blocks
Stockholm – Drottninggatan
Stockholm – Farsta
Stockholm – Gallerian
Stockholm – Haninge
Stockholm – Häggvik
Stockholm – Kista Galleria
Stockholm – Liljeholmen
Stockholm – Nacka
Stockholm – Sickla
Stockholm – Skärholmen
Stockholm – Solna Centrum
Stockholm – Täby
Stockholm – Vällingby Centrum
Stockholm – Väsby Centrum
Strömstad – Nordby
Sundsvall – Birsta
Sundsvall – Nya hamnen
Södertälje – Lunagallerian
Trelleborg – Valen
Trollhättan – Överby Köpcentrum
Uddevalla – Centrum

Umeå – MVG
Uppsala – Gränby Centrum
Uppsala – S:t Per Gallerian
Visby – Centrum
Västervik – Ljunghedsvägen
Västerås – Erikslund Shopping Center
Västerås – Igor
Växjö – Affärshuset Tegnér
Örebro – Marieberg
Örebro – Krämaren
Örnsköldsvik – Magasinet
Östersund – Mittpunkten

Norge

Alta – Amfi Alta
Arendal – Amfi Arena
Asker – Trekanten Kjøpesenter
Bergen – Bergen Storsenter
Bergen – Laguneparken
Bergen – Sartor
Bergen – Vestkanten Kjøpesenter
Bergen – Åsane
Bryne – M44
Bodø – Sentrum
Drammen – Buskerud Storsenter
Drammen – Gulsbogen Kjøpesenter
Elverum – Kremmertorget
Fredrikstad – Dikeveien
Fredrikstad – Torvbyen Kjøpesenter
Førde – Handelshuset
Gjøvik – CC Mart'n
Hamar – Maxi Kjøpesenter
Harstad – Sjøkanten Senter
Haugesund – Oasen Storsenter
Horten – Sjøsidan Kjøpesenter
Hønefoss – Sentrum
Jessheim – Jessheim Storsenter
Kongsberg – Stortorvet senter
Kongsvinger – Kongscenteret kjøpesenter
Kristiansand – Sentrum
Kristiansand – Sørlandssenteret
Kristiansund – Amfi Futura
Larvik – Sentrum
Lillehammer – Strandtorget Kjøpesenter
Lørenskog – Lørenskog Storsenter
Mo i Rana – Søndregate
Molde – Moldegård Storsenter
Moss – Amfi Senter
Narvik – Narvik Storsenter
Oslo – Alna Senter
Oslo – Bogstadsveien
Oslo – Bryn Senter
Oslo – Oslo City
Oslo – Lambertseter Senter
Oslo – Storo Storsenter
Oslo – Torggata
Porsgrunn – Down Town
Sandnes – Kvadrat
Sandvika – Sandvika Storsenter
Sarpsborg – Storbyen

Ski – Ski Storsenter
Skien – Herkules
Stavanger – Kilden
Stavanger – Madla
Stavanger – Mediagården
Steinkjer – Amfi
Strømmen – Strømmen Storsenter
Tromsø – Jekta Storsenter
Trondheim – City Syd
Trondheim – Lade Arena
Trondheim – Solsiden
Trondheim – Trondheim Torg
Tønsberg – Farmandstredet
Ålesund – Stormoa Kjøpesenter
Ørsta – Amfi Ørsta

Finland

Esbo – Entresse köpcentrum
Esbo – Lippulaiva
Esbo – Sello
Helsingfors – Kamppi
Helsingfors – Mannerheimvägen
Helsingfors – Östra Centrum
Hyvinkää – Willa
Joensuu – Centrum
Jyväskylä – Palokka
Karleby – Chydenia köpcentrum
Kuopio – Centrum
Kuopio – Matkus
Kuovola – Veturi
Villmanstrand – Gallerian köpcentrum
Lahti – Karisma köpcentrum
Lembois – Ideapark
Rovaniemi – Rinne köpcentrum
Seinäjäki – Centrum
S:t Michel – Akseli
Tammerfors – Centrum
Uleåborg – Centrum
Vanda – Jumbo köpcentrum
Vanda – Myrmani köpcentrum
Vasa – Rewell Center
Åbo – Forum köpcentrum
Åbo – Skanssi

Storbritannien

Birmingham – Merry Hill
Cardiff – St Davids
Croydon – The Whitgift Centre
Doncaster – Frenchgate
Kingston – Centrum
Leeds – Headrow Street
Liverpool – Clayton Square
Manchester – Arndale Centre
Newcastle – Northumberland Street
Norwich – Chapelfield
Reading – Broad Street
Watford – The Harlequin

Kontaktpersoner Investor Relations

John Womack
Informations- och IR-chef
Tel: 0247 - 444 00

Klas Balkow
VD och koncernchef
Tel: 0247 - 444 00

Michael Ehrling
IR-produktion
Tel: 0247 - 444 00

För information om butikernas adress och telefonnummer se www.clasohlson.se

Clas Ohlson AB (publ.)
793 85 Insjön
Tel: 0247-444 00
Fax: 0247-444 25
www.clasohlson.se

Organisationsnummer: 556035-8672

clas ohlson