



# INNEHÅLL

FINANSIELL INFORMATION	
ÅRET I KORTHET	1
VD-INTERVJU	2
STRATEGISK INRIKTNING	4
HÅLLBAR UTVECKLING	10
Våra medarbetare är Clas Ohlson	10
Vårt sociala ansvar – arbetet med uppförandekod för leverantörer	14
Vi bryr oss om miljön	16
MARKNADSÖVERSIKT	18
EGNA VARUMÄRKEN	21
VERKSAMHETEN	24
Försäljningskanaler	24
Storbritannien – vår nästa marknad	27
Marknadsföring	29
Sortiment och inköp	30
Logistik och IT	34
Möjligheter och risker	36
AKTIE OCH ÄGARE	38

ÅRSREDOVISNING	
Förvaltningsberättelse	40
Styrelsens och valberedningens berättelse	43
Fem år i sammandrag	44
Kommentarer till femårsutvecklingen	45
Koncernens resultaträkning och kassaflödesanalys	46
Koncernens balansräkning	47
Moderbolagets resultaträkning och kassaflödesanalys	48
Moderbolagets balansräkning	49
Koncernens och moderbolagets förändring i eget kapital	50
Redovisningsprinciper och noter	51
Årsredovisningens undertecknande	62
Revisionsberättelse	63

BOLAGSSTYRNING	65
Internkontroll	67
Ordföranden har ordet	69
STYRELSE	70
LEDANDE BEFATTNINGSHAVARE	71
RESULTAT PER KVARTAL	72
DEFINITIONER	72
ADRESSER	73



## CLAS OHLSON I KORTHET

Clas Ohlson är ett detaljhandelsföretag med försäljning i Sverige, Norge och Finland. Vid verksamhetsårets slut fanns 71 butiker, postorderverksamhet och e-handel. Vi erbjuder ett brett sortiment inom bland annat el & elektronik, mobiltelefoni, datortillbehör, hifi/stereo, verktyg, hushåll, hem och förvaring. Vi har 15 000 olika produkter i vårt sortiment. Företaget är noterat på den nordiska börsen The Nordic Exchange. Huvudkontor och distributionscentral finns i Insjön i Sverige. Vår försäljning uppgår till mer än 4 miljarder kronor och vi har totalt cirka 2 600 medarbetare. Under 2008/09 planeras de första butiksetableringarna i Storbritannien.



## FINANSIELL INFORMATION

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

Vi distribuerar en tryckt årsredovisning via post till samtliga aktieägare 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.

All finansiell information om Clas Ohlson finns på vår hemsida. 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. De kan laddas ner både som textfiler och pdf-filer. Även prospektet från börsintroduktionen finns att ladda hem som pdf-fil. Man kan också ansluta sig till vår e-postlista där möjlighet finns att erhålla våra pressmeddelanden direkt till sin e-post. Via vår hemsida kan man dessutom någon dag i efterhand se och höra de analytikerpresentationer som vi håller i nära anslutning till offentliggörandet av varje delårsrapport. Att följa dessa presentationer är ett utmärkt sätt att bilda sig en egen uppfattning om företaget och aktien.

[www.clasohlson.com](http://www.clasohlson.com)

### Delårsrapporterna för 2007/08 offentliggörs följande datum

Första kvartalet (maj–juli)	4 september 2007
Andra kvartalet (aug–okt)	6 december 2007
Tredje kvartalet (nov–jan)	11 mars 2008
Bokslutskommuniké 2007/08	12 juni 2008

### ÅRSSTÄMMAN

Årsstämman för verksamhetsåret 2006/07 hålls lördagen den 8 september 2007 i Insjön. Kallelse skickas till samtliga aktieägare som är registrerade i slutet av juli 2007. Kallelsen finns också på vår hemsida [www.clasohlson.com](http://www.clasohlson.com) under finansiell information – koncernen. I kallelsen finns bland annat dagordning och information om hur man anmäler sig.

Styrelsen har beslutat föreslå årsstämman att utdelningen för 2006/07 blir 4,50 kronor per aktie (föregående år 4,00 kronor).

Clas Ohlson AB (publ), organisationsnummer: 556035-8672  
Årsredovisning första maj 2006 till sista april 2007.

## CLAS OHLSONS VÄRLD



### SVERIGE

Borås  
Eskilstuna  
Gävle  
Göteborg, Bäckebo  
Göteborg, Nordstan  
Göteborg, Partille  
Halmstad  
Helsingborg  
Insjön  
Jönköping  
Kalmar  
Karlstad  
Kristianstad  
Linköping  
Luleå  
Malmö  
Norrköping  
Nyköping  
Skellefteå  
Stockholm, Farsta  
Stockholm, Gallerian  
Stockholm, Haninge  
Stockholm, Häggvik  
Stockholm, Kista  
Stockholm, Nacka  
Stockholm, Skärholmen  
Stockholm, Solna  
Stockholm, Täby  
Stockholm, Väsby  
Sundsvall  
Trelleborg  
Uddevalla  
Umeå  
Uppsala  
Västerås  
Växjö  
Örebro  
Örnsköldsvik  
Östersund

### NORGE

Bergen, Bergen Storsenter  
Bergen, Laguneparken  
Bergen, Sartor  
Bergen, Åsane  
Fredrikstad  
Gjøvik  
Hamar  
Haugesund  
Kristiansand  
Lørenskog  
Moss  
Oslo, Alna Senter  
Oslo, Oslo City  
Oslo, Torggata  
Porsgrunn  
Sandnes  
Sandvika  
Sarpsborg  
Ski  
Strømmen  
Trondheim, City Syd  
Trondheim, Solsiden  
Tønsberg  
Ålesund

### FINLAND

Esbo  
Helsingfors, Centrum  
Helsingfors, Kamppi  
Helsingfors, Östra Centrum  
Kuopio  
Tammerfors  
Vanda  
Vasa  
Åbo

	SVERIGE	NORGE	FINLAND
Antal butiker	38	24	9
Andel av koncernens försäljning			
Andel av koncernens antal anställda			
Startår	1918	1985	2002



## HISTORIEN OM CLAS OHLSON

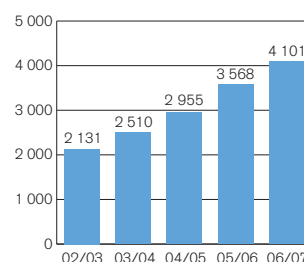
Clas Ohlson, som var mycket intresserad av tekniska produkter, startade företaget i Insjön 1918 som ett postorderföretag. Produktkatalogen, som på den tiden var på ett fåtal sidor, utvidgades allteftersom och har under årens lopp varit en inspirationskälla för generationer av kunder. Företaget växte sedan för varje år, och Clas själv var aktiv i verksamheten under hela sitt liv.

# ÅRET I KORTHET

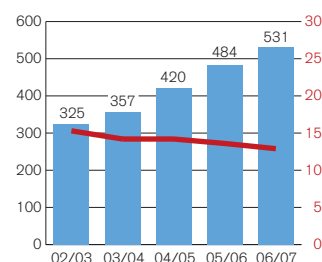
- Försäljningen uppgick till 4 101,2 Mkr (3 567,6 Mkr)
- Vinst efter skatt uppgick till 385,8 Mkr (352,1 Mkr)
- Vinst per aktie uppgick till 5,88 kr (5,37 kr)
- Utdelningen föreslås vara 4,50 kr per aktie (4,00 kr)
- Etablering av tolv nya butiker
- Klas Balkow tillträder som ny VD och koncernchef senast vid kalenderårsskiftet

Nyckeltal	2006/07	2005/06	Förändring
Nettoomsättning, Mkr	4 101	3 568	15 %
Rörelseresultat, Mkr	531	484	10 %
Resultat före skatt, Mkr	538	491	10 %
Resultat efter skatt, Mkr	386	352	10 %
Rörelsemarginal, %	12,9	13,6	-0,7
Avkastning på eget kapital, %	29,4	30,4	-1,0
Avkastning på sysselsatt kapital, %	40,9	42,4	-1,5
Soliditet, %	70,6	70,4	0,2
Resultat per aktie, kr	5,88	5,37	9 %
Utdelning per aktie, kr	4,50	4,00	13 %
Totalt antal butiker	71	59	20 %
Antal årsanställda	1 647	1 439	14 %

Försäljning, Mkr



Rörelseresultat, Mkr  
Rörelsemarginal, %



# ÄNNU ETT REKORDÅR

**Du tillträdde som VD 1996 och det här blir ditt sista hela verksamhetsår. Kan du ge en kort summering av dessa 11 år?**

Jag har varit med och öppnat 70 butiker, först som styrelseordförande och sedan som VD. Idag har Clas Ohlson 71 butiker i tre länder, Sverige, Norge och Finland, och vi är på väg till Storbritannien. Hjärtat i verksamheten, distributionscentralen i Insjön, är byggd i tre etapper och vi har nu beslutat om ytterligare investeringar för att utöka kapaciteten till 150 butiker.

För elva år sedan hade Clas Ohlson fem butiker, cirka 400 medarbetare och en försäljning på 500 miljoner kronor. Nu växer vi med lika mycket eller mer varje år. Och allt är organisk tillväxt. Det har varit en härlig resa och det har åstadkommit av en mycket stark organisation – som gjort ett fantastiskt jobb.

Börsnoteringen 1999 innebar förstas stora förändringar, inte minst för mig som VD. Från att ha varit ett familjeägt bolag har Clas Ohlson idag 24 000 aktieägare. Samarbetet med alla medarbetare och mötet med kunder och aktieägare är oerhört stimulerande. Som VD för Clas Ohlson har man roligt varje dag på jobbet.

**Vilka händelser vill du lyfta fram från det gångna verksamhetsåret?**

Under verksamhetsåret 2006/07 öppnade vi tolv nya butiker, omsättningen passerade 4 miljarder kronor och vinsten före skatt passerade för första gången 500 miljoner kronor.

Vi tog flera stora och strategiskt viktiga investeringsbeslut, bland annat om en fortsatt utbyggnad av distributionscentralen. Dessutom inleddes processen att finna en ny VD och koncernchef, nu när jag når pensionsåldern.

**Försäljningen fortsatte att öka, med 15 procent under räkenskapsåret 2006/07. Vad är mest väsentligt för försäljningsutvecklingen – nya butiker, eller ökad försäljning i jämförbara butiker?**

I takt med att vi växer kommer försäljningen i jämförbara butiker att bli allt viktigare. Jag tror att 4-5 procents tillväxt i jämförbara butiker är en bra nivå att sträva efter.

**Vilka är de viktigaste förutsättningarna för en lönsam expansion?**

Det gäller att fokusera på framgångsfaktorerna – sortiment, logistik och försäljningskanaler. Och se till att verksamheten präglas av enkelhet och professionalism. Det enkla är oftast det svåra.

För en fortsatt lönsam expansion gäller det framför allt att ta hand om det man redan har. Det är värden av det befintliga som skapar förutsättningarna för att man ska kunna växa med bibehållen lönsamhet. Det är kanske inte så glamoröst, men det är de små tingen, i vardagen, som bygger framtiden.

Det är också viktigt att välja vad man ska satsa på. Det ställer stora krav på affärs-mannaskap i hela organisationen – samtidigt som det måste vara tillåtet att göra

misstag. Då får vi medarbetare med stort engagemang och högt självförtroende.

**Storbritannien ska bli Clas Ohlsons nästa marknad. Hur långt har ni kommit?**

För att gå in på en ny marknad behöver vi en förberedelsestid på drygt två år. Vi måste anpassa sortimentet, för Storbritannien gäller det bland annat alla elektriska produkter. Vi ska också bygga upp organisationen, förhandla om butikslägen och producera marknadsföringsmaterial och kataloger. Målsättningen är att öppna en eller två butiker till julhandeln 2008.

**Hur går man från att vara en nordisk till att bli en europeisk aktör? Vad innebär det för organisationen? För sortimentet?**

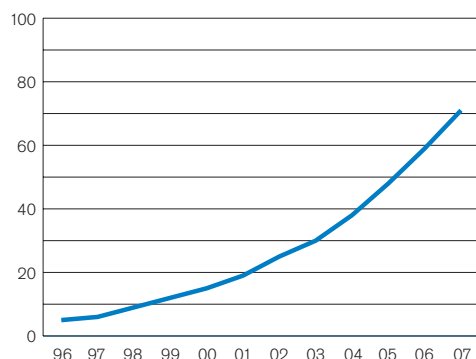
Det är viktigt att behålla konceptet och sortimentet, även om det anpassas till olika marknader. Vi måste våga vara Clas Ohlson, med de framgångsfaktorer som kännetecknar oss. Samtidigt måste vi vara lyhörda, och vara öppna för de kulturer vi möter, där kommer affärs-mannaskapet in.

**Vilken blir nästa marknad efter Storbritannien?**

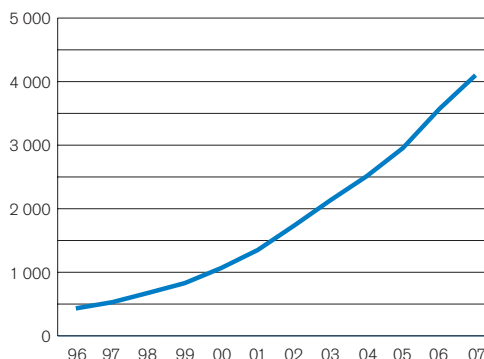
Vi tar ett land i taget. Egentligen ser vi inga europeiska länder där Clas Ohlson-konceptet inte skulle fungera. Men det är upp till oss att visa att vi förtjänar konsumenternas förtroende, det är inga kunder som står och väntar på oss.

Det unika med Clas Ohlson är att vi på en relativt liten affärsyta visar ett så brett

Antal butiker 1996–2007



Försäljning 1996–2007



Sedan 1996 när Gert Karnberger tillträdde som VD har antalet butiker ökat från fem till 71. Försäljningen har under samma period mer än åttafaldigats. Från mindre än 0,5 miljarder kronor till årets 4,1 miljarder kronor.



sortiment i så många prisnivåer. Unikt är också det stora engagemanget hos våra medarbetare. Till Clas Ohlson är kunden alltid välkommen, även om man har problem med någon produkt. Det ska vara enkelt att komma till oss.

**Under 2007 ska Clas Ohlsons uppförandekod för leverantörer vara genomförd fullt ut. Håller tidplanen? Vad innebär det rent konkret?**

Uppförandekoden bygger på FN:s och OECD:s riktlinjer och ska vara fullt genomförd under 2007. Arbetet har hittills drivits i projektform, men nu bygger vi upp en särskild CSR-organisation. Clas Ohlson har cirka 800 leverantörer och ännu fler tillverkare – vårt agerande påverkar på många olika sätt. Vi vill att Clas Ohlson ska vara en god världsmedborgare som tar hållbarhetsfrågorna på största allvar.

**Vad blir nästa steg när det gäller Clas Ohlsons sociala ansvar?**

På vår hemsida kan man följa vårt arbete med införandet av uppförandekoden. Nästa steg är ett stort antal revisioner i de

fabriker som tillverkar Clas Ohlsons produkter. Dessa genomför vi både själva och tillsammans med externt revisionsföretag.

**Clas Ohlson-andan kännetecknas av positiv anda, engagemang och lojalitet. Familjekänslan är också mycket viktig. Hur har ni lyckats behålla detta när ni anställer cirka 400 nya medarbetare varje år?**

När vi etablerar en ny butik börjar våra nya medarbetare sin anställning med två veckor i Insjön där de tillsammans utbildas i frågor som rör företagskultur, produkter, rutiner och teambuilding. För de som anställs löpande under året har vi 2–3 uppsamlingsheat där de utbildas med kollegor från andra delar av företaget. Vid rekrytering lägger vi stor vikt vid att man trivs med att jobba i team och har social kompetens. Vi har också regelbundna aktiviteter för att bygga relationer, vårda varumärket och företagskulturen.

Att behålla Clas Ohlson-andan är en ständigt levande process. Den måste vara med oss i vardagen. Företagskulturen måste vårdas, den får aldrig bli reducerad till vackra fraser. Jag träffar själv våra nya med-

arbetare på utbildningarna i Insjön. Och jag tar mig oftast tid att besöka Clas Ohlson-butiken, oavsett var jag befinner mig.

**Årsstämman i september blir din sista som VD för Clas Ohlson. Det är en av Sveriges mest välbesökta stämmor, med nästan 1 500 aktieägare på plats i Insjön. Blir det nytt rekord i år?**

Vi vet ju inte hur många som kommer i år, men årsstämman är en riktig folkfest och ett bra tillfälle att ge aktieägare och media en djupare kunskap om företaget. Det är ett fantastiskt tillfälle att bygga förtroende och långsiktigt engagemang.

Verksamhetsåret 2006/07 blev ännu ett rekordår för Clas Ohlson. Det är en enorm prestation, och jag vill tacka hela organisationen. Och alla trogna kunder, som gör Clas Ohlsons framgångssaga möjlig.

Insjön i juni 2007

Gert Karnberger

# AFFÄRSIDÉ, MÅL OCH STRATEGIER

Vår affärsidé är att sälja gör det själv-artiklar till konkurrenskraftiga priser i butiker och via postorder och internet. Vi ska arbeta med god varukvalitet och hög servicenivå.

## AFFÄRSIDÉ

Affärsidén baseras på grundaren Clas Ohlsons ursprungliga löfte till kunderna: ”Vi ska sälja rejäla produkter till låga priser med rätt kvalitet efter behov.”

Genom att hela tiden fokusera på affärsidéns huvudpunkter pris, kvalitet och service och varje år förbättra oss inom dessa områden arbetar vi för att nå det övergripande målet: ökat förtroende hos våra kunder.

### Pris

Målet är att vi ska ha minst 10 procent lägre priser än fackhandeln. Vidare ska det totala köpet alltid upplevas som positivt och prisvärt.

### Kvalitet

Kvalitet är ett nyckelbegrepp inom Clas Ohlson. Vi anpassar produktkvaliteten efter våra kunders behov. Sällananvändare finner produkter till låga priser, men ändå med fullgod kvalitet. För professionella användare finns motsvarande produkt från en märkestillverkare, men fortfarande till ett lägre pris än i fackhandeln.

### Service

Clas Ohlson har ambitionen att vara marknadsledande när det gäller kundservice. Vi håller i dag en hög servicenivå och har en mycket generös kundtjänstpolicy. Vår bedömning är att en hög servicenivå lönar sig i längden och att vi genom den får en trogen kundkrets.

## MÅL OCH STRATEGIER

Vi vill utveckla en stark detaljhandelskedja med hög lönsamhet och god värdetillväxt för våra aktieägare.

### Försäljningstillväxt 15 procent

Koncernens långsiktiga målsättning är en årlig försäljningstillväxt på 15 procent. Detta ska uppnås genom ökad försäljning i befintliga butiker och genom nyetablering av ytterligare butiker. För verksamhetsåret 2007/08 planeras 15–20 nya butiker, medan målet för 2008/09 är 20–25 nya butiker.

Organisationen rustas kontinuerligt för fortsatt tillväxt på både befintliga och nya marknader. Expansionen ska de närmaste åren fortsätta i Sverige, Norge och Finland. Vi kommer även att etablera oss i Storbritannien där vi inledningsvis avser att öppna 2–4 butiker under verksamhetsåret 2008/09.

Under verksamhetsåret ökade försäljningen med 15 procent och den senaste femårsperioden har försäljningstillväxten i genomsnitt legat på 19 procent. Under verksamhetsåret öppnades tolv nya butiker varav åtta i Sverige och fyra i Norge.

### Rörelsemarginal 13–15 procent

Målsättningen när det gäller lönsamheten är en rörelsemarginal på 13–15 procent över en konjunkturcykel.

Under verksamhetsåret uppgick rörelsemarginalen till 12,9 procent. För den senaste



Genom att hela tiden fokusera på affärsidéns huvudpunkter pris, kvalitet och service och varje år förbättra oss inom dessa områden arbetar vi för att nå det övergripande målet: ökat förtroende hos våra kunder.





#### ETABLERINGSSTRATEGI

Våra butiker ska företrädesvis ligga i starka centrala köpcenter där vi tillsammans med andra butiker och butikskedjor verkar gemensamt för att skapa återkommande besök. Alternativt kan vi också etablera oss på någon av huvudgatorna centralt i städerna.

I ett köpcenter behöver vi inte ha hela butiken på markplanet. Istället nyttjar vi flera plan, med en liten entrébutik i markplanet där en rulltrappa leder till det övre eller undre planet där huvuddelen av vår butik är lokaliserad.

I varje butik finns hela vårt ordinarie katalogsortiment på cirka 12 000 produkter, de allra flesta lätt tillgängliga för självbetjäning. Mindre än 10 procent av produkterna säljs över disk.

**SORTIMENT**

**LOGISTIK**

**FÖRSÄLJNINGSKANALER**

För att nå våra verksamhetsmål och stärka vårt varumärke arbetar vi även hela tiden för att utvecklas och bli bättre inom våra fokusområden sortiment, logistik och försäljningskanaler.

femårsperioden har den genomsnittliga rörelsemarginalen uppgått till 14,0 procent.

### Egna märkesvaror 25 procent

Styrelsen har beslutat om en ökad satsning på egna märkesvaror. Vårt mål är att andelen egna märkesvaror senast vid utgången av verksamhetsåret 2008/09 ska stå för 25 procent av försäljningen. Andelen var 13 procent under verksamhetsåret jämfört med 12 procent föregående år.

### Förstärka varumärket Clas Ohlson

Varumärket Clas Ohlson uppfattas redan i dag som starkt och ska genom en målmedveten marknadsföring bli ännu starkare.

Förutom vår traditionella marknadsföring i syfte att främja försäljningen, det vill säga utskick av kataloger och temakampanjer, har vi under verksamhetsåret också gjort en hel del annat för att stärka varumärket. Vi har exempelvis deltagit med egen monter på fyra stora mässor i Sverige och har där knutit många kontakter med både nuvarande och blivande kunder.

### Ett brett och attraktivt sortiment

Vi ska erbjuda våra kunder ett brett 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. Sortimentet

ska vara identiskt i samtliga butiker, på postorder och på internet.

Årets kataloger innehöll 1 650 nya produkter. Detta innebär att 14 procent av katalogsortimentet på 12 000 artiklar har förnyats sedan föregående år. Många nya produkter och produktlinjer har tillkommit, bland annat inom datortillbehör, båtillbehör och hushåll. Vidare har en framgångsrik satsning gjorts på produkter som säljs under egna varumärken. För mer information om egna märkesvaror, se sidan 21.

### En servicegrad på 98 procent

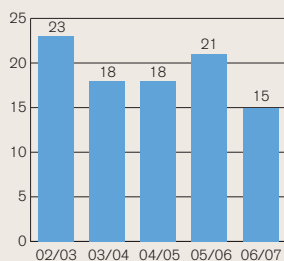
Vid beställning av varor ska kunden erhålla minst 98 procent av artiklarna vid första leveransen.

Under verksamhetsåret uppgick den genomsnittliga servicegraden inom postorder och internet till 97,6 procent jämfört med 98,0 procent föregående år. Vår erfarenhet är att servicegraden i butikerna i genomsnitt ligger 1–1,5 procentenheter högre, vilket skulle ge en servicegrad på nästan 99 procent för butikerna.

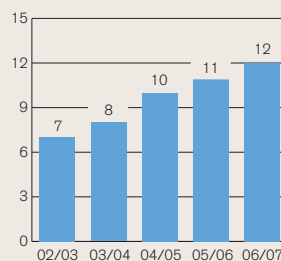
### Lageromsättningshastighet 6–7 gånger i distributionscentralen

Distributionscentralens årliga lageromsättningshastighet uppgick till 6,3 gånger. Föregående verksamhetsår var den 6,4 gånger. Det innebär att vi byter ut hela lagret oftare än varannan månad.

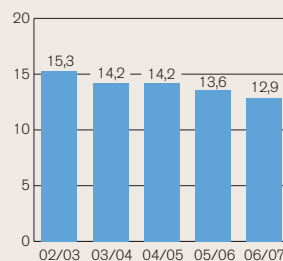
Försäljningstillväxt, %



Antal nya butiker



Rörelsemarginal, %



Målsättningen är en årlig försäljningstillväxt på 15 procent. Målet har uppfyllts de senaste fem åren. När det gäller resultatet är målsättningen en rörelsemarginal på 13–15 procent.

### Lageromsättningshastighet 8–10 gånger i butikslager

Butikernas årliga lageromsättningshastighet uppgick under verksamhetsåret till i genomsnitt 6 gånger. Våra stora butiker klarar målsättningen 8–10 gånger per år, medan de mellanstora har individuella mål utifrån den årliga försäljningen.

### Motiverade, kunniga och engagerade medarbetare

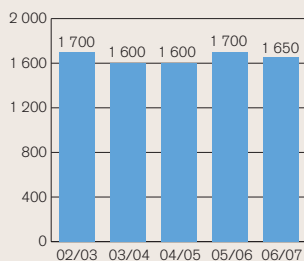
Vår satsning på medarbetarna märks bland annat på den låga personalomsättningen i koncernen. Bland heltidsanställda uppgick personalomsättningen under verksamhetsåret till 6,6 procent (föregående år 6,1 procent), vilket är lågt för att vara inom detaljhandeln.

För våra medarbetare på huvudkontoret och distributionscentralen i Insjön var personalomsättningen under samma period 1,0 procent (föregående år 2,4 procent).

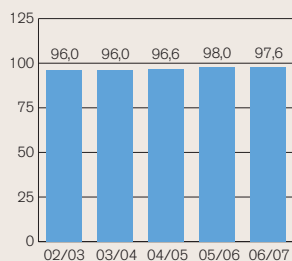
Vi satsar även mycket på utbildning. Antalet utbildningstimmar i koncernen uppgick till 53 750 timmar jämfört med 49 370 timmar föregående år.



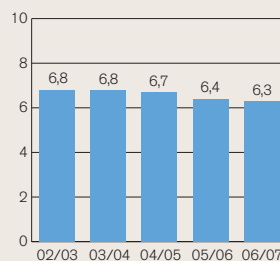
Antal nya produkter



Servicegrad postorder/internet



Lageromsättningshastighet, distributionscentralen



Målsättningen är att 10–15 procent av sortimentet ska förnyas årligen. Vidare ska lageromsättningshastigheten uppgå till 6–7 gånger medan servicegraden ska vara minst 98 procent.

# CLAS OHLSON GALLERIAN, STOCKHOLM

Gallerian i centrala Stockholm blev startpunkten för Clas Ohlsons framgångsrika butiksexpansion. Butiken öppnades 1989 och har byggts ut eller byggts om åtta gånger sedan dess. Gallerian innehåller 80 butiker och Clas Ohlsons butik ligger på andra våningen i köpcentret. En vanlig dag besöks butiken av mellan 6 000 och 7 000 kunder.



CLAS OHLSON

CLAS OHLSON

# VÅRA MEDARBETARE ÄR CLAS OHLSON

Clas Ohlsons viktigaste resurs är kompetenta, engagerade och motiverade medarbetare. Därför verkar vi för att de anställda ska ha en bra arbetsmiljö, känna trygghet i sin anställning, ha möjligheter till personlig utveckling och en bra lönenivå.

## Clas Ohlson-andan

Clas Ohlson såg sina medarbetare som en enda stor familj och kände alla sina anställda till namnet. Med utgångspunkt från Clas Ohlsons sätt att driva verksamheten har en speciell företagskultur växt fram. Den kännetecknas av ett stort mått av positiv anda, engagemang och lojalitet. Alla möten mellan medarbetare och kunder ska präglas av värme och servicevilja. Med kunden i fokus jobbar vi tillsammans mot uppsatta mål med mottot att alla medarbetare är lika viktiga.

Det är viktigt för oss att i en allt större organisation kunna bevara denna familjära företagskultur eftersom den bidrar till medarbetare som trivs och, i förlängningen, till ett starkare företag och varumärke.

För alla medarbetare som rekryteras till nya butiker inom koncernen anordnar vi en tvåveckors utbildning i Insjön. Teori och praktik blandas med aktiviteter i syfte att stärka lagandan inom gruppen. Föreläsningar hålls om företagets historia och värderingar, kundbemötande, kundtjänstpolicy, produktkunskap och rutiner. Motsvarande introduktion i företagsfilosofin erbjuds även nya medarbetare på huvudkontoret och i distributionscentralen.

## Rekrytering

Kontrollerad expansion skapar goda förutsättningar för personlig utveckling. Tjänster som blir lediga tillsätts i stor utsträckning via

internrekrytering. På så vis ges våra medarbetare möjlighet att utvecklas i företaget samtidigt som vi upprätthåller den kontinuitet och tradition som vi eftersträvar. Av verksamhetsårets tolv rekryterade chefer kunde sex rekryteras internt, vilket vi ser som mycket positivt.

## 2 000 ansökningar till 30 tjänster

Samtidigt som vi uppmuntrar interna ansökningar får vi även många ansökningar utifrån till utlysta tjänster. Det gäller såväl tjänster till huvudkontoret och distributionscentralen i Insjön som till våra butiker. Till etableringen av vår nya butik i Karlstad som öppnades i september 2006, fick vi 2 000 ansökningar till 30 tjänster. Av de sökande intervjuades cirka 200. Många av dem bekräftade att de sökte tjänsten främst beroende på att Clas Ohlson ses som en attraktiv arbetsgivare.

## Kompetensutveckling

Satsningen på kompetensutveckling fortsätter. Varje verksamhetsår läggs en utbildningsplan för hela företaget som ger våra medarbetare möjlighet att utvecklas inom såväl sitt specialområde som inom andra områden.

Under verksamhetsåret genomfördes utbildningar i bland annat säljande kundbemötande, produktkunskap och ledarskap.

Majoriteten av våra kurser genomförs vid huvudkontoret i Insjön. Utbildningar för medarbetarna i våra butiker kan också hållas med



## UTBILDNING I INSJÖN

För alla medarbetare som rekryteras till nya butiker anordnar vi en tvåveckors utbildning i Insjön. Teori och praktik blandas med aktiviteter i syfte att stärka lagandan inom gruppen.

hjälp av en videokonferensanläggning, som alla koncernens butiker är anslutna till.

### Arbetsmiljö

Att känna delaktighet och möjlighet att påverka sitt arbete är viktigt. Det övergripande målet för arbetsmiljöarbetet inom Clas Ohlson är att skapa en god arbetsmiljö där våra medarbetare kan känna trygghet, arbetstillfredsställelse och gemenskap. För att tillvarata våra medarbetares kunskap, erfarenhet och engagemang bedrivs förändringsarbete ofta i projektform med deltagare från olika avdelningar och med olika kompetenser. På så sätt förankras förändringsarbetet inom hela organisationen, resultatet blir bättre och genomförandetiden förkortas.

Utbyggnaden av distributionscentralen är ett exempel på hur medarbetare från olika avdelningar engagerats i arbetsgrupper där de jobbar med lokaler och framtida arbetsätt.

### Jämställdhet

Koncernens jämställdhetspolicy anger riktlinjer för jämställdhets- och mångfaldsarbete i Clas Ohlson. En inspirerande arbetsmiljö ska uppnås genom att medarbetare med olika kompetens och av olika kön, åldrar och trosuppfattningar arbetar tillsammans. Policyn ligger till grund för den jämställdhetsplan som vi uppdaterar löpande och utvärderar minst en gång per år.

Målet i årets jämställdhetsplan är att uppnå en jämnare könsfördelning inom varje avdelning, dels genom strategisk kompetensutveckling, dels genom att vi prioriterar en jämn könsfördelning vid rekrytering till nya tjänster. För närvarande är 40 procent av koncernens medarbetare kvinnor vilket är en ökning med två procentenheter jämfört med föregående år. Vår målsättning är att ingen yrkesgrupp ska bestå av mindre än 40 procent av det ena könet.

### Hälsa och friskvård

Vi har under verksamhetsåret fortsatt att utveckla vårt strategiska hälsoarbete. Det övergripande målet är att hälso- och friskvårdsarbetet ska skapa såväl fysiskt som psykiskt välbefinnande på arbetsplatsen. Detta uppnår vi genom att hälsoperspektivet ingår som en naturlig del i det systematiska arbetsmiljöarbetet. Utöver det ska vi anordna aktiviteter och utbildningar inom områdena:

- Fysisk hälsa – God kondition och anpassad kosthållning
- Psykisk hälsa – Låg stressnivå, kamratskap och känsla av tillhörighet
- Social hälsa – Gruppgemenskap på arbetsplatsen, trivsel och möjlighet att påverka sin arbetssituation

Under verksamhetsåret har vi genomfört friskvårdssatsningar i form av vår egen Motionsjakten samt genomförandet av Friskvårdsdagen

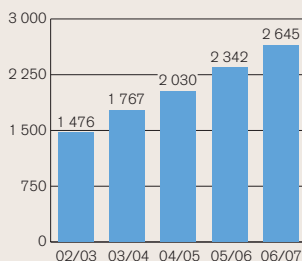


Vi delar upp våra utbildningar i tre segment, Chefer & arbetsledare, Specialistutbildningar och Breddkompetens.

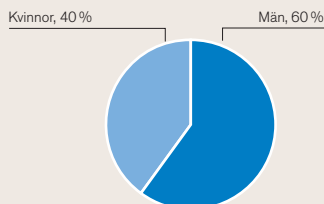
Utbildning, intern tid	antal timmar	andel %
Chefer & arbetsledare	7 018	13
Specialistutbildningar	9 061	17
Breddkompetens	37 671	70
<b>Totalt</b>	<b>53 750</b>	<b>100</b>

Totalt har vi lagt ner 53 750 interna timmar på utbildning under verksamhetsåret.

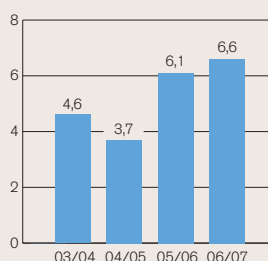
Totalt antal anställda



Antal anställda, män/kvinnor



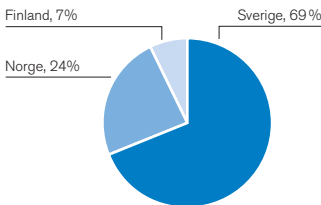
Personalomsättning



Uppgifter finns endast för fyra år.

Målet i årets jämställdhetsplan är att uppnå en jämnare könsfördelning inom varje avdelning. Vårt mål är att ingen yrkesgrupp ska bestå av mindre än 40 procent av det ena könet.

### Medarbetare per land



där en mängd olika aktiviteter ingår. Ambitionen är att samtliga medarbetare ska kunna delta utifrån sina förutsättningar. Vi vill nå ut brett med insatserna, i stället för att de ska rikta sig till ett fåtal.

Vårt samarbete med företagshälsovården, som är en extern samarbetspartner när det gäller hälsoarbetet, har också utvecklats, och även här inriktar sig våra satsningar på det förebyggande hälsoarbetet.

### Sjukfrånvaro

Det är glädjande att se att vårt arbete med personalvård, arbetsmiljö, hälsa och friskvård ger resultat i form av minskad sjukfrånvaro. Under 2006/07 uppgick den totala sjukfrånvaron till 4,1 procent vilket är en minskning med 1,1 procentenheter jämfört med 2005/06 (5,2 procent).

Andelen långtidssjuka har under samma period minskat från 43 procent av den totala sjukfrånvaron till 37 procent. Att långtidssjukfrånvaron sjunker beror på att våra ansträngningar med rehabiliteringar börjar ge resultat kombinerat med ett ökat fokus på detta både från myndigheter och lagstiftare.

### Incitamentsprogram

Likaväl som det lönar sig att vara kund hos Clas Ohlson ska det löna sig att vara anställd. Därför har alla medarbetare någon form av resultatbaserad lön. För butikssäljarna är en

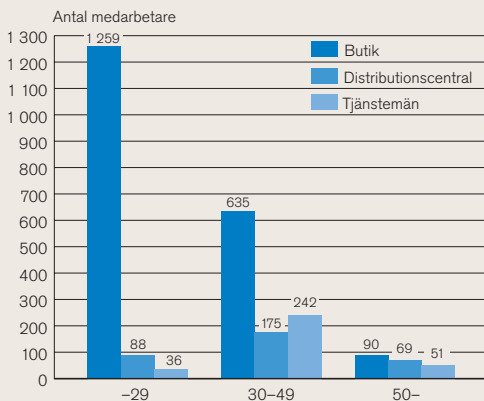
betydande del av månadslönen baserad på försäljningen i respektive butik. Motsvarande prestationslönesystem med betydande rörlig del gäller för våra medarbetare på lagret, med den skillnaden att lönen baseras på hela koncernens försäljning.

Tjänstemännen har ett bonussystem som baserar sig på koncernens resultat och bonusen utbetalas två gånger per år. För ledande befattningshavare utbetalas ett tantiem som grundar sig på koncernens resultat och nettomarginal. Tantiemet utbetalas en gång per år.

### Personalomsättning

Vår generösa personalpolicy och vårt starka fokus på medarbetarna ger en låg personalomsättning. Bland heltidsanställda i koncernen uppgick denna till i genomsnitt 6,6 procent (föregående år 6,1 procent) vilket är lågt för att vara inom detaljhandeln. Bland deltidsanställda är omsättningen högre, vilket är naturligt eftersom vi har ett flertal studerande som arbetar deltid under studieperioden. För våra medarbetare i Insjön på huvudkontoret och distributionscentralen var personalomsättningen under samma period 1,0 procent (föregående år 2,4 procent).

### Åldersfördelning koncernen



2007-04-30	Sverige	Norge	Finland	Totalt
<b>Antal anställda</b>				
Butik	1 224	588	172	1 984
Distributionscentral	332	0	0	332
Tjänstemän	261	50	18	329
<b>Totalt</b>	<b>1 817</b>	<b>638</b>	<b>190</b>	<b>2 645</b>
<b>Genomsnittlig anställningstid i företaget, år</b>				
Tjänstemän	7	6	3	6
Butik/Distributionscentral	7	2	2	5
<b>Genomsnittlig sjukfrånvaro,%</b>				
Total sjukfrånvaro	4,1	6,7	3,7	4,1
- varav långtidssjukfrånvaro	37	56	21	37
- varav män	3,1	5,3	3,0	3,1
- varav kvinnor	5,8	9,1	4,6	5,8
- varav anställda -29 år	3,2	5,5	3,5	3,2
- varav anställda 30-49 år	4,8	8,7	4,0	4,8
- varav anställda 50 år-	5,3	5,3	5,0	5,3

En stor del av våra medarbetare är yngre än 29 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.





# VÅRT SOCIALA ANSVAR – ARBETET MED UPPFÖRANDEKOD FÖR LEVERANTÖRER

CSR, eller Corporate Social Responsibility, är en viktig strategisk fråga, och att ta socialt ansvar ligger också väl i linje med våra grundläggande värderingar.

## ARBETSPROCESS

1. Nulägesanalys
2. Utveckling av Clas Ohlsons uppförandekod
3. Skapande av verktyg för uppföljning av leverantörer
4. Utbildning och kommunikation
5. Leverantörsrevision och avvikelshantering
  - Bedöma leverantörer
  - Åtgärda avvikelser
  - Extern verifiering av vårt arbete
6. Utvärdering och förbättring
  - Successiv utvärdering och förbättring

Clas Ohlson blir en allt större köpare av både produkter och tjänster i olika länder, vilket ökar våra möjligheter att bidra till ett långsiktigt och ansvarsfullt agerande.

## Vårt ansvar

Clas Ohlson äger inga fabriker utan handlar från ett stort antal tillverkare och leverantörer i flera olika världsdelar. Vi är ett detaljhandelsföretag, med en företagskultur som framhåller enkelhet, kompetens och engagemang som en väg för att skapa förtroende. Vår viktigaste uppgift är att upprätthålla och utveckla ett ekonomiskt sunt och framgångsrikt företag samtidigt som vi tar ett socialt ansvar.

Det är vår strävan att vara en god arbetsgivare och samhällsmedborgare. Från vår grundare Clas Ohlson finns en stark tradition av familjekänsla och ansvarstagande. Vi förvaltar detta arv genom att betona god etik, ömsesidig respekt, samverkan och ett öppet utbyte av tankar och idéer i vårt sätt att vara. Dessa kärnvärden för vi även med oss i nya länder genom våra etableringar och våra inköp. För mer information när det gäller företagskulturen, se medarbetaravsnittet på sidan 10.

## Vår process med utveckling och införande av uppförandekod (Code of Conduct)

Corporate Social Responsibility är en viktig del av företagets utvecklingsprocess och engagerar både styrelse och koncernledning.

Som ett led i vårt arbete med socialt ansvar antogs 1998 en policy angående barnarbete, relaterad till FN:s konvention om barns rättigheter (1989) och ILO:s konvention om minimi-ålder vid arbete (nr. 138, 1973). 2004 beslutades om att bredda vårt arbete med socialt ansvar genom att starta processen med utveckling av en uppförandekod.

Uppförandekoden gäller i vår egen verksamhet som en viktig del i dialogen vid inköp av produkter och tjänster från våra leverantörer. Krav på leverantörer, metodik för uppföljning, handlingsplaner och åtgärder ska kännetecknas av kundfokus.

Våra leverantörer har under verksamhetsåret tagit del av vår uppförandekod. Vi följer nu upp att de respekterar kodens principer samt arbetar för att genomföra den i sin verksamhet, något vi även verifierar genom både egna och externa revisioner.

## Arbetsprocess

Arbetsprocessen med vår uppförandekod är indelad i flera steg. De första fyra stegen innebär att göra en nulägesanalys, att utveckla Clas Ohlsons uppförandekod, skapa verktyg för uppföljning av våra leverantörer samt utbildning och information. Nu pågår arbetet med steg 5 av totalt 6 steg. Ambitionen är att Clas Ohlsons uppförandekod ska vara verksam fullt ut i vårt inköpsarbete och hos våra leverantörer

## SOCIALT ANSVAR

Under verksamhetsåret genomfördes de första externa CSR-revisionerna i några av de fabriker som tillverkar Clas Ohlsons produkter. Fyra fabriker i Kina granskades tillsammans med ett oberoende revisionsföretag. Genom granskningarna har vi fått en metodik i det fortsatta arbetet med granskning och uppföljning.

Under 2007/08 planeras ett stort antal fabriksbesök, företrädesvis i Kina. Ett 20-tal av dessa kommer att utföras av ett oberoende revisionsföretag.



under hösten 2007. En beskrivning av vad de olika stegen innebär ges i tabellen på sidan 14.

### Uppförandekoden i korthet

Clas Ohlsons uppförandekod (Code of Conduct) ska vara ett stöd för våra leverantörer i arbetet att förbättra arbetsmiljö och arbetsvillkor samt minska sin miljöpåverkan. Den stödjer FN:s Global Compact och OECD:s riktlinjer för multinationella företag.

Det är vår inköpsorganisation som har ansvar för att informera leverantörer, samt stödja arbetet och följa upp att koden efterlevs. För att säkerställa detta inför vi en CSR-organisation som är direkt underställd VD. Denna innehåller CSR-ansvarig, revisorer och administratörer.

Vi strävar efter långsiktiga relationer med våra leverantörer och tror på en aktiv dialog och samarbete.

Efterhand som vi arbetar med koden och lär av våra erfarenheter vid dess genomförande kommer den att successivt anpassas och utvecklas.

#### KODENS RUBRIKER

1. Vårt ansvar
2. Allmänna principer
3. Öppen dialog med omvärlden
4. Produkter
5. Riktlinjer för inköpsarbetet
6. Arbetsmiljö och arbetsvillkor
  - Hälsa och säkerhet
  - Bostäder
  - Diskriminering
  - Tvångsarbete
  - Barnarbete
  - Löner och arbetstider
  - Föreningsfrihet och rätten till kollektiv löneförhandling
  - Alkohol och droger
7. Miljö
8. Tillämpning och uppföljning
  - Tillämpning
  - Uppföljning

När det gäller den fullständiga uppförandekoden finns denna på vår hemsida [www.clasohlson.com](http://www.clasohlson.com) där beskrivningen av vår arbetsprocess också löpande uppdateras.

#### HISTORIK

- 1998 Policy angående barnarbete
- 2001 Miljöpolicy
- 2004 Processen med utveckling och införande av en uppförandekod startade
- 2005 Clas Ohlsons uppförandekod för leverantörer fastställdes av styrelsen och offentliggjordes
- 2006 Arbetsmaterial för vårt systematiska Corporate Social Responsibility-arbete fastställdes och testades
- 2007 De första externa Corporate Social Responsibility-revisionerna genomfördes

# VI BRYR OSS OM MILJÖN

För Clas Ohlson är det angeläget att minimera företagets miljöpåverkan. Under verksamhetsåret har vi därför fortsatt att arbeta aktivt utifrån våra miljömål och handlingsplaner.



## BUTIKER I CENTRALA LÄGEN

Clas Ohlsons strategi är att etablera butiker företrädesvis centralt i städerna. Detta möjliggör för kunderna att lätt ta sig fram till butiken via kollektivtrafik. Vår uppfattning är att det är att föredra både för kunderna och miljön.

## VÅR MILJÖPOLICY

Clas Ohlson säljer produkter via egna butiker, postorder och internet. Vi ska genom ett aktivt miljöarbete verka för en hållbar samhällsutveckling för kommande generationer.

Vi påverkar huvudsakligen miljön genom

- transporter av produkter, från tillverkare via lager och butiker, till kund
- produkternas innehåll av miljöbelastande ämnen
- tryckning och distribution av kataloger och broschyrer
- användning av förpackningar
- energianvändningen i verksamheten

Vi ska aktivt verka för att kontinuerligt minska vår direkta och indirekta miljöpåverkan samtidigt som vi stödjer övriga verksamhetsmål. Vi ska ta hänsyn till miljön i alla beslut och på alla nivåer i verksamheten och vi ska efterleva tillämpliga lagar och andra miljökrav.

Miljöarbetet utgår från ett livscykelperspektiv. Vi ska därför arbeta för att

- ha en kontinuerlig dialog i miljöfrågor med våra leverantörer och entreprenörer samt ställa relevanta krav
- öka våra medarbetares kunskaper i miljöfrågor och stimulera till delaktighet i miljöarbetet
- öka andelen miljöanpassade produkter och förbättra den miljörelaterade informationen till kunderna

## MILJÖMÅL

När det gäller våra övergripande miljömål har fem områden valts ut och vår ambition är att varje år förbättra oss inom dessa jämfört med året innan.

### Transporter

Vi ska, i takt med samhälls- och teknikutvecklingen, minska våra transporters energiförbrukning och utsläpp av föroreningar per tonkilometer, inom transportområdena Utfrakter, Infrakter Europa och Infrakter Asien.

### Produkter

Vi ska, där så är möjligt, välja produkter med känd och låg miljöpåverkan.

### Förpackningar

Vi ska, i samarbete med våra leverantörer, minska andelen miljöbelastande produktförpackningar.

### Trycksaker

Vid produktion av trycksaker ska vi sträva efter teknik och material som har låg miljöpåverkan.

### Energianvändning

Energianvändningen vid egna och hyrda lokaler och fastigheter ska vara dokumenterad. Den ska för distributionscentralen, huvudkontoret och våra butiker styras mot preciserade besparingsmål i kWh per kvadratmeter och år.

## RESULTAT FRÅN MILJÖARBETET

### Transporter

När det gäller vår största miljöpåverkan, transportererna, är det glädjande att konstatera att den fortsätter att minska något. Våra utsläpp per tonkilometer minskade under 2006 jämfört med 2005 både när det gäller utfrakter och infrakter.

När det gäller utfrakter beror minskningen på att anlidade åkerier, på vår begäran, använder fordon som ger mindre utsläpp per tonkilometer genom nyare motorer. När det gäller infrakter beror minskningen på att andelen lastbilstransporter minskar till förmån för tåg och båt.

### Produkter och förpackningar

Vi har börjat mäta förekomsten av PVC i våra produkter och förpackningar. Vårt mål är att årligen minska antalet produkter och förpackningar som innehåller PVC. Vi har för avsikt att redovisa uppgifterna så snart kartläggningen är komplett.

### Energianvändning

Energianvändningen har delats in i tre olika områden: butikernas elförbrukning, huvudkontorets el- och oljeförbrukning samt distributionscentralens el- och oljeförbrukning. Förbrukningen mäts per år och kvadratmeter golvyta.

Nyckeltalen är inte normalårskorrigerade,

det vill säga justerade för eventuella avvikelser i genomsnittstemperaturer.

Nyckeltalen har förbättrats när det gäller oljeförbrukningen. Detta eftersom vi använt elpanna för huvudkontoret i Insjön som uppvärmning i högre grad än i fjol.

### FRÅN MÅL TILL HANDLING

För att underlätta miljöarbetet har vi brutit ner de övergripande miljömålen i detaljerade mål.

Till varje detaljerat miljömål finns ett antal åtgärder som vi arbetar med och en ansvarig medarbetare för varje åtgärd. För mer utförlig information om vårt miljöarbete hänvisar vi till vår hemsida [www.clasohlson.com](http://www.clasohlson.com).

### EU-DIREKTIV

Clas Ohlson ingår i Elkretsen som är den svenska elbranschens gemensamma bolag för hantering av avfall från elektriska och elektroniska produkter. Eftersom vi säljer många sådana produkter har vi ett ansvar att ta hand om avfallet, enligt en förordning avseende producentansvar som infördes den 1 juli 2001.

Genom WEEE-direktivet (Waste Electrical and Electronic Equipment), ett EU-direktiv inom elområdet som trädde i kraft 2005, har ansvaret ytterligare skärpts. Clas Ohlson följer instruktionerna enligt direktivet på alla marknader där vi är verksamma.

RoHS (Restriction of certain Hazardous Substances) är ett EU-direktiv inom kemika-

liområdet som infördes från och med 2006-07-01. Direktivet syftar till att minska förekomsten av bland annat kvicksilver, kadmium och bly. Clas Ohlson följer direktivet på alla marknader där vi är verksamma.

### REACH

EU:s kemikalielagstiftning Reach trädde i kraft den 1 juni 2007. Reach står för Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals. Lagstiftningen ersätter till stora delar de nationella lagarna inom kemikaliehantering.

Reglerna börjar gälla stegvis och kommer att utökas under de närmaste åren. Clas Ohlson följer lagen på alla marknader där vi är verksamma och anpassar organisationen för att även klara den framtida lagstiftningen.

### BRA MILJÖVAL

Clas Ohlson var under 2006 ett av de företag som uppfyllde kriterierna för Bra miljöval enligt transportföretaget Green Cargo. Transportören, som står för nära 80 procent av Sveriges godstransporter på räls, ger varje år ut ett Bra miljöval-intyg till de företag som klarar kriterierna. Vi ser intyget som ett erkännande för våra ökade satsningar på godstransporter via järnväg.



### TRANSPORTER

Miljöpåverkan per tonkilometer	2006	2005
<b>Utfrakter</b>		
Koldioxid, gram	51,60	51,60
Kväveoxider, gram	0,372	0,387
Kolväten, gram	0,019	0,025
Total energiåtgång, kWh	0,193	0,196
<b>Infrakter – Europa</b>		
Koldioxid, gram	29,40	32,10
Kväveoxider, gram	0,277	0,343
Kolväten, gram	0,023	0,027
Total energiåtgång, kWh	0,119	0,129
<b>Infrakter – Asien</b>		
Koldioxid, gram	3,68	3,68
Kväveoxider, gram	0,094	0,094
Kolväten, gram	0,003	0,003
Total energiåtgång, kWh	0,014	0,014

### ENERGIANVÄNDNING

per kvadratmeter och år	2006	2005
Butikslokaler, kWh	126	125
Huvudkontor, kWh	114	106
Huvudkontor, liter olja	3,9	4,8
Distributionscentral, kWh	88	81
Distributionscentral, liter olja	1,8	1,6

Energianvändningen har delats in i tre olika områden: butikernas elförbrukning, huvudkontorets och distributionscentralens elförbrukning och oljeförbrukning. Målet är att varje år förbättra nyckeltalen.

## CLAS OHLSON TAR MARKNADSANDELAR

Detaljhandel och sällanköps-handel visar en god utveckling på alla våra marknader och Clas Ohlson ökar dessutom marknadsandelarna. Våra sortiments- och prisstrategier innebär också att våra produkter brukar klara sig bra volymmässigt, även vid en mindre gynnsam marknadsutveckling.

Clas Ohlsons nuvarande marknader Sverige, Norge och Finland har de senaste åren haft en bra konsumtionsutveckling som väntas fortsätta även de närmaste åren. En positiv utveckling av detaljhandel och privatkonsumtion gynnar Clas Ohlson, då vår kundkrets till största delen består av privatpersoner. Även en bra sällanköpshandel gynnar oss, eftersom tillbehör till produkter som datorer, mobiltelefoner, tv, video, radio, bil och båt ingår i vårt sortiment.

Verksamheten påverkas inte så mycket av de nedgångar som drabbar detaljhandeln. Detta beror dels på vår sortimentsstrategi, med en stor andel gör det själv-artiklar och förbrukningsartiklar, men också på våra låga priser.

#### Marknadsandelar

Vi redovisar ingen uppskattning av vår marknadsandel i respektive land, eftersom risken för fel är stor. Andelen är svår att mäta eftersom vårt sortiment är brett och spänner över många olika varugrupper i respektive lands statistikuppgifter.

Det vi kan konstatera är att våra marknadsandelar ökar på alla marknader – Sverige, Norge och Finland. Vi ser att försäljningen för våra produktgrupper ökar snabbare än totalmarknaden för dessa grupper.

På de orter där vi öppnar nya butiker stiger vår försäljning totalt, trots att försäljningen via postorder och internet minskar. Detta innebär

att Clas Ohlson tar marknadsandelar vid varje ny butiksetablering.

Vår ambition är att fortsätta ta marknadsandelar i alla de länder vi är verksamma.

#### Bra år för svensk detaljhandel

2006 blev ännu ett bra år för den svenska detaljhandeln, som genomsnittligt ökade med 9,5 procent i fasta priser jämfört med 7,8 procent för 2005. Samma tendens visade handeln med sällanköpsvaror som under 2006 ökade med i genomsnitt 11,4 procent i fasta priser jämfört med 10,5 procent under 2005.

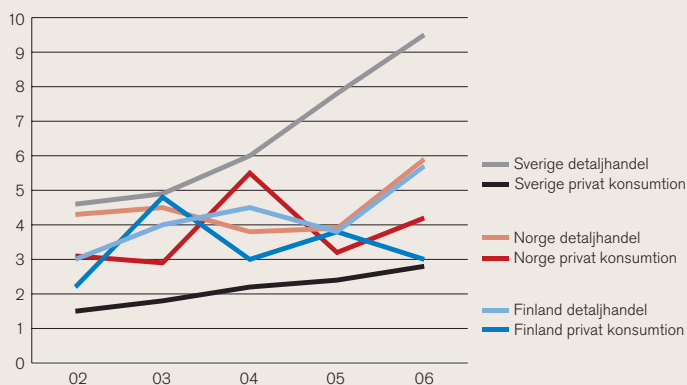
Den privata konsumtionen ökade med i genomsnitt 2,8 procent, mot 2,4 procent 2005. (Statistiska uppgifter från SCB.)

Clas Ohlsons försäljning i Sverige ökade med 10 procent i löpande priser under 2006/07. Jämförbara butiker ökade sin försäljning med 3 procent.

Enligt HUI, Handelns Utredningsinstitut, förväntas den svenska detaljhandeln öka med 6,0 procent i fasta priser under 2007 och 4,5 procent under 2008. Även handeln med sällanköpsvaror förväntas fortsätta att öka. HUI:s prognos visar en ökning med 9,0 procent under 2007 och 6,5 procent under 2008. Den främsta anledningen till att detaljhandeln väntas fortsätta öka anges vara ökade disponibla inkomster till följd av låg arbetslöshet, skattesänkningar och höga löneökningar.

2006 blev ett mycket bra år för detaljhandeln i både Sverige, Norge och Finland. Detta är tack vare den starka konjunkturen i kombination med låga räntor.

Utveckling av privat konsumtion och detaljhandel i fasta priser i Sverige, Norge och Finland 2002–2006, %



Källa: SCB, SSB och Statistikcentralen.

### Fortsatt bra utveckling för sällanköps handeln i Norge

Detaljhandeln i Norge fortsätter också att öka. Enligt Statistisk Sentralbyrå, SSB, ökade detaljhandeln under 2006 i med i genomsnitt 5,9 procent i fasta priser, jämfört med 3,9 procent 2005. Handeln med sällanköpsvaror fortsätter att öka snabbare än den övriga detaljhandeln och ökade under 2006 med i genomsnitt 16,2 procent i fasta priser, jämfört med 13,3 procent 2005.

Den privata konsumtionen ökade med 4,2 procent under 2006, jämfört med en ökning på 3,2 procent under 2005.

Clas Ohlsons försäljning i Norge ökade med 22 procent i löpande priser under 2006/07. Jämförbara butiker ökade sin försäljning med 1 procent.

Enligt HSH, Handels- og Servicenæringens Hovedorganisasjon, förväntas en fortsatt god utveckling de närmaste åren. Prognosen för år 2007 är att detaljhandeln ökar med 5,0 procent i fasta priser och att handeln med sällanköpsvaror ökar med 12,0 procent.

### Detaljhandeln i Finland

Detaljhandeln i Finland ökar i en god takt. Enligt Statistikcentralen i Finland ökade detaljhandeln under 2006 med i genomsnitt 5,7 procent i fasta priser, jämfört med 3,8 procent 2005. Den senaste femårsperioden har den finska detaljhandeln haft en god tillväxt, med en genomsnittlig tillväxttakt på 4,2 procent per år.

Den privata konsumtionen i Finland ökade med 3,0 procent under 2006 jämfört med 3,8 procent under 2005.

Clas Ohlsons försäljning i Finland ökade med 23 procent i löpande priser under 2006/07. Jämförbara butiker ökade sin försäljning med 5 procent.

### MARKNADSTRENDER

#### Stora kedjor söker sig utanför landets gränser

Marknaden för den typ av produkter som Clas Ohlson säljer fortsätter att öka i hela Europa, men börjar ändå bli relativt mogen, det gäller framför allt de största marknaderna, som Tyskland, Frankrike och Storbritannien. Branschen har tidigare dominerats av lokala kedjor i respektive land, som kunnat växa och öka sina marknadsandelar främst på bekostnad av



enskilda fackhandlare. Stora kedjor kan oftast erbjuda bättre priser och har större resurser att lägga på marknadsföring. De kan också erbjuda helt nya produkter på ett tidigare stadium än enskilda fackhandlare. Då tillväxten nu börjar avta söker sig allt fler kedjor utanför landsgränserna.

I de nordiska länderna fortsätter marknaden att växa och kommer troligen att göra så i ytterligare några år. Även här har stora butikskedjor de senaste åren tagit marknadsandelar på bekostnad av enskilda fackhandlare. Kedjorna satsar till stor del på stora butiker, ofta lokaliserade utanför stadskärnan. Undantaget är Clas Ohlson, med butiker främst i centrum. Internationella aktörer är ännu ganska säll-



synta i Norden. Ett undantag är schweiziska Bauhaus som etablerat sig i Norden med ett tjugotal byggvaruhus och tyska Hornbach med ett par. Exempel på gränsöverskridande nordiska aktörer är, förutom Clas Ohlson, svenska Biltema med butiker i Sverige, Norge, Finland och Danmark, danska Harald Nyborg med butiker i Danmark och Sverige samt finska K-rauta med byggvaruhus i Finland och Sverige.

### Större varuhus

En annan trend är att butikerna blir allt större. I stora europeiska länder är det inte alls ovanligt med varuhus på mellan 5 000 och 10 000 kvadratmeter, som i de allra flesta fall ligger i anslutning till köpcentrum utanför städerna.

Detta är tvärt emot Clas Ohlsons etableringsstrategi, som i stället går ut på att öppna butiker på mellan 800 och 2 000 kvadratmeter, med bra lägen centralt i städerna.

### Låga priser och egna märkesvaror

Att detaljhandelskedjor marknadsför produkter under egna varumärken blir allt vanligare. Genom att reducera antalet mellanhänder från producent till detaljist, kan kedjorna behålla sina marginaler, trots den ökade prispress som kännetecknar handeln generellt.

Clas Ohlson har också ökat andelen egna märkesvaror, speciellt de tre senaste åren och ambitionen är att andelen ska fortsätta att öka.

### Konkurrenter

Det är få konkurrenter som har samma bredd i sitt sortiment som Clas Ohlson (se jämförelse, nedan). De som ligger närmast i Norden är Jula i Sverige och Biltema, med butiker i alla de nordiska länderna, som båda har ett liknande sortiment och försäljning via butik och postorder. En rad företag, som Rusta, Järnia, Bauhaus, K-Rauta, Teknikmagasinet och Kjell & Co konkurrerar med en eller flera av våra produktgrupper. Stormarknader och varuhus, som Coop Forum i Sverige, Obs i Norge och Antilla i Finland, konkurrerar med ett begränsat sortiment av utvalda produkter.

Av konkurrenterna ovan är det bara Teknikmagasinet och Kjell & Co som har en etableringsfilosofi som liknar Clas Ohlsons, med etableringar centralt i städerna, gärna i anslutning till starka köpcenter.

I Storbritannien kommer Clas Ohlson framför allt att konkurrera med den brittiska butikskedjan Argos som har 680 butiker och omsätter motsvarande 57 miljarder kronor (4,2 miljarder pund). Den stora skillnaden jämfört med Clas Ohlson är att Argos endast erbjuder försäljning över disk. I Clas Ohlsons butiker finns mer än 90 procent av artiklarna för självbetjäning. Andra aktörer, som Maplin och Robert Dyas, konkurrerar med några av våra produktgrupper.

Clas Ohlson i jämförelse med ett urval av konkurrenter

		Antal butiker*	Startår*	El och elektronik	Mobiltelefonillbehör	Datorillbehör	Båttillbehör	Maskiner	Verktyg	VVS	Förvaring	Hushåll	Konstränsmaterial	Ur
NORDISKA	CLAS OHLSON	71	1918	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Biltema	42	1963	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
SVENSKA	Jula	20	1979	■	■	■		■	■	■	■			■
	Kjell & Co	23	1990	■	■	■								
	Teknikmagasinet	67	1989	■	■	■								
NORSKA	Jernia	150	1951					■	■	■	■	■		
	Obs	40	1907	■				■	■	■	■	■		
	Maxbo	70	1995	■				■	■	■	■			
FINSKA	Antilla	35	1953	■	■	■			■		■	■	■	■
	K-Rauta	41	1940	■	■	■		■	■	■	■			
BRITTISKA	Argos	680	1973	■	■	■		■	■		■	■		■
	Maplin	115	1972	■	■	■								
	Robert Dyas	95	1872	■					■		■	■		

\* Källa: Websidor



# EGNA VARUMÄRKEN

Vi har cirka 15 000 produkter i vårt sortiment. Sortimentet är indelat i fyra olika produktområden – verktyg, hem & förvaring, el & elektronik samt hobby & hushåll.

Vi har de senaste åren satsat alltmer på egna märkesvaror. Dessa utgör i dag cirka 13 procent av försäljningen. Målet är att inom två år öka andelen till 25 procent. Kännetecknande för produkter som säljs under eget varumärke är hög kvalitet till attraktiva priser.

**ASAKLITT**

Friluftsutrustning



**Capere:**

Köksredskap



**Cocraft**

Handverktyg



**coline**

Hushållsmaskiner



**CO TECH**  
TOOLS

Elverktyg, batterier  
och elkomponenter



**EXIBEL**

Telefoni, ljud och bild



**GAVIA**

Fiskeutrustning



**PROAQUA**  
WATERSPORTS EQUIPMENT

Vattensport-utrustning



**prologue**

Klockor



**Sany**

Konstnärsmaterial



CLAS OHLSON, OSLO CITY, OSLO





Trond Herberg är centrumledare i köpcentret Oslo City där Clas Ohlson är etablerat sedan 2005. Köpcentret innehåller 91 butiker i fyra våningar.

*Hur är utvecklingen i köpcentret?*

Första kvartalet 2007 var vi Norges femte största köpcenter och vi är ett av de center som växer starkast i landet just nu. Med våra förmånliga öppettider och starka mix av butiker har vi goda förutsättningar att fortsätta växa.

*Hur har Clas Ohlsons etablering påverkat?*

Den har påverkat mycket positivt. Clas Ohlsons butik är belägen på köpcentrets övre våning vilket gjort att även denna våning blivit en succé. Det här är den våning som växer allra starkast i centret. Clas Ohlson har också varit en bidragande faktor till att andelen manliga kunder ökar kraftigt i centret. I dag är nästan 40 procent av centrets besökare män. Innan Clas Ohlson var motsvarande andel 30 procent.

*Clas Ohlson blev korad till årets butik i centret 2006. Vilken var motiveringen?*

Clas Ohlson har anställda som visar ett stort engagemang och har starkt fokus på produktkunskap. Kunderna är av båda könen och alla åldrar. Butiken nyttjar centrets marknadsföring och bidrar till att locka kunder till hela centret. Kundenservice är mycket hög vilket bidrar till nöjda kunder. Butiken har etablerat sig på en hög försäljningsnivå och växer kraftigt dessutom. Den har på kort tid blivit en av centrets stora attraktioner.

*Har du någon egen favoritprodukt på Clas Ohlson?*

Deras sortiment är så brett och så spännande att det är svårt att välja ut någon enskild produkt. Det är nog också det som gör att butiken lockar så många besökare. Man hittar alltid någon ny produkt som man blir nyfiken på.

# FÖRSÄLJNINGSKANALER

Clas Ohlson började som ett postorderföretag för 89 år sedan och en lång period av framgångsrik postorderverksamhet har lagt grunden till det som Clas Ohlson är i dag. Nu står butikerna för 97 procent av försäljningen och vid verksamhetsårets slut fanns 71 butiker i Sverige, Norge och Finland.

## BUTIKER

### Koncept

Våra butiker ska företrädesvis ligga i starka centrala köpcenter där vi tillsammans med andra butiker och butikskedjor verkar gemensamt för att skapa återkommande besök.

Alternativt kan vi också etablera oss på någon av huvudgatorna centralt i städerna.

I ett köpcenter behöver vi inte ha hela butiken på markplanet. Istället nyttjar vi flera plan, med en liten entrébutik i markplanet där en rulltrappa leder till det övre eller undre planet där huvuddelen av vår butik är lokaliserad.

I varje butik finns hela vårt ordinarie katalogsortiment på cirka 12 000 produkter, de allra flesta lätt tillgängliga för självbetjäning. Mindre än 10 procent av produkterna säljs över disk.

Vi driver själva våra butiker och arbetar alltså inte med franchising. Butikslokalerna hyrs med långsiktiga hyreskontrakt. Vår policy är att hyran ska vara fast och inte baseras på butikens omsättning.

När det gäller storleken på butiken har vi två olika koncept: stora butiker med 1 200–2 000 kvadratmeter för upptagningsområden på över 60 000 invånare, samt mellanstora butiker på 800–1 200 kvadratmeter för områden med 30–60 000 invånare.

### Attraktiva butiker

Clas Ohlson är en attraktiv butik för ett köpcenter. Våra etableringar ökar ofta hela centrets

besökstal påtagligt. Clas Ohlson attraherar nya kundgrupper och vårt breda sortiment lockar besökare i alla åldrar, såväl män som kvinnor. Vår generösa kundtjänstpolicy skapar också en god trygghet för kunderna.

### Nöjda, trygga kunder är målet

God kundservice är det centrala i vårt koncept. Vi har en kundtjänstpolicy för hela organisationen som ger oss riktlinjer för hur vi ska uppträda mot våra kunder. Samtliga medarbetare i våra butiker utbildas i att hantera reklameringsärenden. Policyn föreskriver att varje kundkontakt ska präglas av ödmjukhet och servicevilja. Målet är en nöjd kund efter varje kontakt.

Som en extra trygghet tillämpar vi 30 dagars öppet köp/ångerrätt för såväl butikskunder som postorder- och internetkunder. Vi är övertygade om att god kundvård kommer att bli ett av framtidens viktigaste konkurrensmedel, och strävar därför kontinuerligt efter att bli ännu mer professionella i våra kundkontakter.

### Finansiellt åtagande

En ny butik innebär initialt ett finansiellt åtagande på 12–14 Mkr fördelat på 3 Mkr i uppstartskostnader, 4–5 Mkr i investeringar i butiksinredning och datasystem och 5–6 Mkr i varulager.

Nya butiker i Sverige och Norge har visat lönsamhet redan under de tolv första måna-

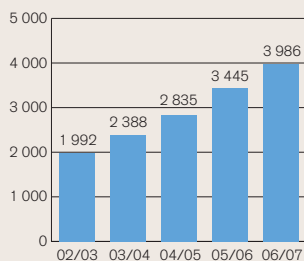
Butikernas försäljningsökning på 16 procent fördelar sig enligt:

Jämförbara butiker i lokal valuta	+ 2 procent
Nya butiker	+ 16 procent
Valutaeffekter	- 2 procent
<b>Summa</b>	<b>+16 procent</b>

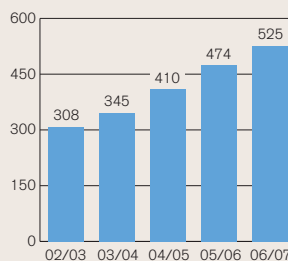
Butikernas försäljning har de senaste fem åren ökat från 1 992 Mkr till 3 986 Mkr, en ökning med 100 procent. Antalet årliga besökare har samtidigt ökat från 20,1 miljoner till 39,8 miljoner.

## BUTIKER

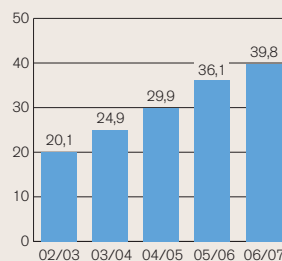
### Försäljning, Mkr



### Rörelseresultat, Mkr



### Antal besökare, miljoner



derna. Detsamma gäller för några av butikerna i Finland.

### Ökad etableringstakt

Styrelsen har under verksamhetsåret ökat målet för antalet etableringar till 15–20 nya butiker under verksamhetsåret 2007/08 och 20–25 nya butiker under verksamhetsåret 2008/09, varav 2–4 i Storbritannien. Organisationen rustas kontinuerligt för fortsatt tillväxt på både befintliga och nya marknader. Fördelningen mellan stora och mellanstora butiker är inte fastställd utan avgörs år från år beroende på de butikslagen vi kan kontraktera.

### Försäljning och resultat

Butikernas försäljning uppgick under verksamhetsåret till 3 985,7 Mkr vilket var en ökning med 16 procent mot föregående år (3 445,2 Mkr). Butiksförsäljningen utgjorde därmed 97 procent av koncernens totala försäljning.

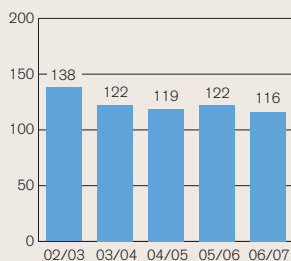
Rörelseresultatet för butikerna uppgick till 525,0 Mkr vilket var en ökning med 11 procent mot föregående år (474,0 Mkr) och innebär en rörelsemarginal på 13,2 procent mot föregående års 13,8 procent.

Under verksamhetsåret medförde de nya butikerna 38,5 Mkr i uppstartskostnader (föregående år 35,4 Mkr). Den genomsnittliga lageromsättningshastigheten för butikslagren är 6 gånger. Våra största butiker klarar målsättningen 8–10 gånger medan de mindre ligger lägre.

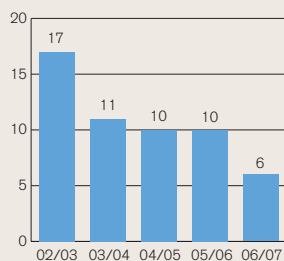


## POSTORDER OCH INTERNET

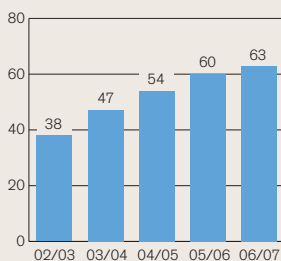
Försäljning, Mkr



Rörelseresultat, Mkr



Andel internetorder, %



Försäljningen inom postorder och internet har de senaste fem åren sjunkit från 138 Mkr till 116 Mkr, motsvarande 16 procent. Nedgången är en följd av att vi öppnat butiker i områden där vår postorderförsäljning tidigare var hög. Många av kunderna väljer i stället att handla i våra butiker.



En Clas Ohlson-butik är ofta favoritgrannen för andra butiker i ett köpcenter. Enligt en undersökning från Handels utredningsinstitut (HUI) är Clas Ohlson en av de fem populäraste butikerna i Sverige att ligga bredvid.

## SVERIGE

Våra svenska butiker hade 27,0 miljoner besökare under 2006, vilket är en ökning med 1,9 miljoner eller 8 procent jämfört med 2005. Av besökarna var det 13,5 miljoner, eller 50 procent, som också handlade.

Antalet butiker har under verksamhetsåret utökats med åtta och totalt fanns vid verksamhetsårets slut 38 butiker i Sverige. För verksamhetsåret 2007/08 har hittills fem nya butiker kontrakterats.

Vår bedömning är att den svenska marknaden ännu inte är mättad när det gäller fortsatta etableringar av Clas Ohlson-butiker. Flera butiker med upptagningsområden på 50 000 invånare visar att vi kan nå god lönsamhet även i mindre städer.

## NORGE

Våra norska butiker hade 8,5 miljoner besökare under 2006, vilket är en ökning med 1,0 miljoner eller 13 procent jämfört med 2005. 5,9 miljoner besökare, motsvarande 69 procent, handlade under sitt besök i butiken.

Under verksamhetsåret har fyra butiker tillkommit och vid verksamhetsårets slut fanns 24 butiker i Norge. För verksamhetsåret 2007/08 har hittills beslut fattats om ytterligare fem butiker.

Inte heller den norska marknaden är mättad när det gäller fortsatta etableringar av Clas Ohlson-butiker. Också här finns flera butiker med upptagningsområden på 50 000 invånare som visar att vi kan nå god lönsamhet även i mindre städer.

## FINLAND

Våra finska butiker hade 4,3 miljoner besökare under 2006, en ökning med 0,8 miljoner eller

### NYA BUTIKER OCH KOMMANDE ETABLERINGAR\*

Ort	Öppningsmånad	Butiksyta, m <sup>2</sup>
<b>Sverige</b>		
Karlstad	september 2006	1 600
Uddevalla	oktober 2006	1 500
Nyköping	oktober 2006	1 400
Nacka, Stockholm	mars 2007	1 650
Örnsköldsvik	april 2007	1 550
Kristianstad	april 2007	1 300
Trelleborg	april 2007	1 000
Väsby, Stockholm	april 2007	1 200
Sollentuna, Stockholm	maj 2007	1 100
Piteå	oktober 2007	1 380
Vällingby, Stockholm	november 2007	1 300
Sickla, Stockholm	december 2007	1 600
Visby	april 2008	1 300
<b>Norge</b>		
Sarpsborg	juni 2006	900
Alna, Oslo	september 2006	1 660
Moss	oktober 2006	1 100
Lørenskog, Oslo	november 2006	1 200
Kilden, Stavanger	oktober 2007	1 250
Skien	oktober 2007	1 200
Arendal	november 2007	1 300
Madla, Stavanger	november 2007	1 100
Drammen	mars 2008	1 300
Asker	oktober 2008	1 350
Kristiansand	november 2008	1 400
Molde	hösten 2008	1 340
<b>Finland</b>		
Karleby	oktober 2007	1 100
Idea Park, Tammerfors	november 2007	1 600
Lappenranta	november 2007	1 400

\* Kontrakterade per juni 2007.



## STORBRITANNIEN – VÅR NÄSTA MARKNAD

Clas Ohlson är i full fart med att förbereda en etablering i Storbritannien. Vår bedömning är att Storbritannien innebär stora långsiktiga möjligheter.

### Förberedelse och tidsplan

Förberedelserna för etableringen i Storbritannien pågår för fullt och målsättningen är att öppna 2–4 butiker i citylägen i Londonområdet under verksamhetsåret 2008/09. Förberedelsearbetet består bland annat av sortimentsanpassningar, anpassning av bruksanvisningar och säkerhetsföreskrifter, produktion av kataloger och marknadsföringsmaterial samt att söka efter och kontraktera butikslägen.

### Stora möjligheter

Storbritannien, med sina 60 miljoner invånare, innebär stora långsiktiga möjligheter för Clas Ohlson. Antalet potentiella kunder är en av de faktorer som har påverkat valet av ny marknad. Andra faktorer som talar för Storbritannien är den mycket starka

köpkraft som finns i landet och att prisnivån på våra produkter överlag är mycket gynnsam. Vidare finns en stark cityhandel i städerna där mycket av handeln sker i olika köpcenter. Det passar vårt koncept med butiker i starka köpcenter i citylägen.

### Produktsortiment och leveranser

En stor del av vårt sortiment måste anpassas till den brittiska marknaden eftersom det skiljer en del i standarder, bland annat när det gäller elektriska produkter. Av det ordinarie katalogsortimentet på 12 000 produkter måste cirka 3 000 anpassas, bytas ut eller tas bort. Vi gör också en översyn för att säkerställa att vi erbjuder varumärken som den brittiska konsumenten känner till och är van att handla. När det gäller våra egna märkesvaror är ambitionen att dessa på

sikt ska utgöra 25 procent av försäljningen, vilket är samma mål som för koncernen som helhet.

Leveranserna till de brittiska butikerna kommer under flera år att ske från distributionscentralen i Insjön, via Göteborg och båt. I takt med att verksamheten utökas kommer vi löpande att utvärdera andra alternativ som innebär kortare transporter.

### De första butikerna

England är den del av Storbritannien vi valt att fokusera på och vår ambition är att öppna de första butikerna i London innanför ringleden M25. Vi avser att inom en kort period öppna flera butiker som ligger nära varandra geografiskt för att öka kännedomen om varumärket Clas Ohlson och uppnå synergier i den lokala marknadsföringen.



23 procent jämfört med 2005. Av besökarna var det 1,9 miljoner, eller 44 procent, som också handlade.

Antalet butiker var under verksamhetsåret oförändrat och vid verksamhetsårets slut fanns nio butiker i Finland.

Efter att under verksamhetsåret haft fokus på konsolidering och ökad lönsamhet kommer vi nu att återigen satsa på fortsatt tillväxt i Finland. I och med att vi börjar bli mer kända på marknaden får vi erbjudanden om allt fler intressanta butikslägen centralt i städerna. Det ger oss stora möjligheter att utöka verksamheten med fler butiker i Finland under de närmaste åren och längre fram även med postorder och internet.

#### POSTORDER OCH INTERNET

Försäljningen inom postorder och internet uppgick till 115,5 Mkr vilket är en minskning med 6 procent jämfört med föregående år (122,4 Mkr). Detta innebär att postorder och internet utgjorde 3 procent av koncernens totala försäljning. Försäljningen har minskat som en följd av att vi öppnat butiker i städer där vi tidigare hade en stor försäljning på postorder och internet.

Rörelseresultatet för postorder och internet uppgick till 5,9 Mkr vilket var en minskning mot föregående år med 44 procent (10,5 Mkr). Detta innebär en rörelsemarginal på 5,1 procent jämfört med 8,6 procent föregående år.

Internet stod under verksamhetsåret för 63 procent av det totala antalet order till postorder- och internetverksamheten (föregående år 60 procent). Detta är en hög andel för ett traditionellt postorderföretag.

#### I MÖTET MED KUNDEN VÅRDAR VI VARUMÄRKET

Att varumärket betyder mycket för våra framgångar råder det inget tvivel om. Varumärket Clas Ohlson är i dag mycket starkt i både Sverige och Norge där en stor del av befolkningen känner till företaget. I Finland, där den första butiken öppnade 2002, pågår fortfarande arbetet med att etablera varumärket och vi har på den tid vi varit där lyckats bra med att öka kännedomen om oss.

Varumärket Clas Ohlson ska stå för:

##### *Mångfald*

Vårt sortiment präglas av mångfald. Våra kunder förutsätter att vi har alla produkter som de efterfrågar inom våra produktområden. De är också vana att kunna välja mellan olika utföranden, märken och priser.

##### *Kontinuitet och tradition*

Våra kunder ska alltid kunna känna igen Clas Ohlson i vår marknadsföring, i våra butiker och i alla andra sammanhang där de möter företaget. Det främsta exemplet på detta är vår produktkatalog som har utgetts varje år sedan 1918. Vi har även en stor kontinuitet i sortimentet, även om vi varje år byter ut mellan 1 500 och 2 000 produkter.

##### *Trygghet och förtroende*

Med en god kundservice, som innefattar ödmjukhet och servicevilja vid varje kundmöte, samt en frikostig bytes- och ångerrätt, får vi kunder att känna en trygghet i att handla hos oss. Så bygger vi förtroende för vårt varumärke.

#### Varje medarbetares ansvar

Vid varje kundmöte har den enskilda medarbetaren en uppgift att se till att kunden blir nöjd med hela köppplevelsen. En nöjd kund sprider en positiv bild av Clas Ohlson genom att prata med sina kollegor, släkt och vänner, som i sin tur skapar positiva ringar på vattnet. Genom detta förstärks varumärket. När det gäller vårt varumärke har därför våra medarbetare ett stort ansvar som de förvaltar mycket väl.





## MARKNADSFÖRING

Kataloger, temakampanjer och profilannonsering är huvudkomponenterna i Clas Ohlsons marknadsföring.

Clas Ohlsons marknadsföring består av information till kunderna om bra produkter till låga priser, exempelvis genom våra kataloger och temakampanjer, och av andra aktiviteter som profilannonsering och sponsring som hjälper till att stärka varumärket. Deltagande i stora mässor ger oss, förutom möjligheten till direktförsäljning, dels en chans att möta våra kunder i en annan miljö, dels möjlighet att distribuera kataloger.

### Katalogen visar mångfalden

Huvudkatalogen, som utkommer i augusti, hade under verksamhetsåret en upplaga på 3,9 miljoner exemplar. Katalogen är på 420 sidor och innehåller ungefär 12 000 olika produkter. Katalogen trycktes på svenska, norska, finska och finlandssvenska.

Specialkatalogen med mobiltelefonutgåva som innehåller 510 produkter har under året utgivits två gånger och katalogen för datorutgåva med 900 olika produkter har utgivits tre gånger. Katalogen för båtutgåva utges i mars och gäller fram till augusti.

### Årstidsknutna kampanjer

Under verksamhetsåret fortsatte vår satsning på kampanjer med ett årstidsknutet tema. Kampanjerna innehåller mellan 100 och 250 produkter till särskilt attraktiva priser. Dessa erbjudanden distribueras som direktutskick med post eller som bilaga till olika tidningar. Totalt hade vi under verksamhetsåret elva temakampanjer, varav julkampanjen var den klart största i både omfång och upplaga. Kampanjerna riktades även till våra 98 000 kunder i vår kundklubb på internet som kunnat ta del av våra erbjudanden direkt via mail.

### Inför butiksstart

Inför etableringen av en ny butik marknadsför vi oss på orten flera månader före öppnandet. Detta sker genom direktreklam, annonsering och radioreklam. Marknadsföringen intensifieras dagarna innan öppnandet.

### Mässor

När Clas Ohlson deltar i mässor är det mötet med både nuvarande och blivande kunder som står i centrum. Vi får tillfälle att sälja våra produkter, distribuera våra kataloger och inhämta värdefull information i samtal med besökarna. Under verksamhetsåret deltog vi med egen monter i fyra stora mässor, bland annat Stora Nolia, en konsumentvarumässa som hålls varje år i Piteå med cirka 105 000 besökare och Allt om sjön i Stockholm i mars, där vi presenterade vår nya båtutgåva.

### Sponsring och varumärkesprofilering

Vår policy beträffande sponsring är att stödja föreningar och evenemang främst i Dalarna, där Clas Ohlson grundades och där huvudkontoret och distributionscentralen ligger. Bland våra större åtaganden märks vår reklamplats på ishockeylaget Leksands Stars dräkter och sargreklam. Exempel på kulturell sponsring finns också i form av vårt stöd till evenemangsplatsen Dalhalla.

# SORTIMENT OCH INKÖP

Ett attraktivt sortiment är en viktig del i vår framgång. Clas Ohlsons produktsortiment uppdateras och förnyas kontinuerligt. Eftersom leverantörerna finns i 30 olika länder gör våra produktansvariga många och långa resor för att upprätthålla kontakter och hitta nya varor. Genom detta ges vi även möjlighet att påverka tillverkningsmetoder och design.

## Ett brett sortiment

Vi erbjuder produkter för hela familjen och har en bred kundgrupp med jämn fördelning mellan gamla och unga, män och kvinnor. Sortimentet speglar målgruppen och av totalt cirka 15 000 produkter visas cirka 12 000 i våra olika kataloger. Utöver det ordinarie katalogsortimentet, som i år innehöll 1 650 nyheter, finns även kampanjvaror och tillbehör i sortimentet.

Clas Ohlson har ingen egen tillverkning och inte heller egna produktpatent. Vi är inte beroende av något enskilt produktområde utan ser vårt stora sortiment som ett bra sätt att sprida riskerna. Sortimentet karaktäriseras också av en mix mellan tekniska produkter, gör det själv-artiklar, färdiga produkter och förbrukningsartiklar.

## Fortsatt satsning på egna märkesvaror

Vår satsning på egna märkesvaror har under verksamhetsåret intensifierats och varit framgångsrik. Egna märkesvaror stod under verksamhetsåret för 13 procent av försäljningen. Vi kommer att utöka andelen egna märkesvaror i sortimentet. Målet är att senast vid utgången av 2008/09 öka andelen till 25 procent av försäljningen. Dels kommer fler produkter att tillkomma inom befintliga varumärken, dels kommer vi att lansera ytterligare något nytt varumärke. Kännetecknande för de produkter som säljs under eget varumärke är hög kvalitet till attraktiva priser.

För beskrivning av Clas Ohlsons egna varumärken, se sidan 21.

## Hög förnyelsegrad

Vi har de senaste åren haft en hög förnyelsegrad i sortimentet och varje år bytt ut mellan 1 500 och 2 000 produkter. Det är den årliga lönsamheten samt i vilken fas varan befinner sig i produktcykeln som avgör om den får vara kvar eller inte. Många av våra produkter har ett högt teknikinnehåll och vår ambition är att försöka att ligga i teknikens framkant utan att vara pionjärer eller skapa trender. När det gäller att välja nya produkter är urvalskriterierna ofta teknik, funktion och kvalitet. En nyare teknik kan ersätta en gammal eller en produkt kan bytas mot en likvärdig som har ännu bättre hållbarhet eller funktion.

## Prissättning

Priset är en central komponent i vår affärsidé och målet är att alla i vår breda målgrupp, från hobbyanvändaren till den professionella användaren, ska uppleva våra produkter som prisvärda.

Försäljningspriserna fastställs i juni, inför utgivandet av Clas Ohlsons huvudkatalog i augusti, och gäller normalt för ett helt katalogår, det vill säga fram till augusti nästkommande år. Priser och produktutbud för båt, mobiltelefon- och datortillbehör ändras i samband med att nya kataloger ges ut.

## Clas Ohlsons fyra produktområden

### INKÖPSPOLICY

Vår inköspolicy föreskriver bland annat att vi ska köpa våra produkter så nära tillverkarna som möjligt för att undvika fördyrande mellanhänder. Vidare att vi ska undvika att ingå långsiktiga leveransavtal, för att på så sätt bibehålla flexibilitet avseende leverantörer och artiklar.

VERKTYG	HEM OCH FÖRVARING	EL OCH ELEKTRONIK	HOBBY OCH HUSHÅLL
Elverktyg	Cykel tillbehör	EI	Väskor
Maskiner	Båttillbehör	Kablar	Kontorsmateriel
Verktyg	Lim	Lampor	Artistmateriel
Svetsar	Skyddsutrustning	Batterier	Klockor
Tryckluft	Trädgård	Elektronik	Optik
Penslar	Förvaring	Larm	Hushåll
Hjul	Beslag	Mobiltelefon tillbehör	Leksaker
VVS	Lås	Datortillbehör	
Pumpar	Skruvar	Radio	
		Foto	

### Kvalitetstester

Innan en ny produkt tas in i sortimentet genomförs funktionstester och tester av produkternas livslängd. Produkterna testas i egna verkstäder där det ställs höga krav på bland annat kvalitet och funktion. Flera produkter lämnas också till olika testningsorgan, såsom Semko eller Statens Provningsanstalt.

### Fem inköpsgrupper – fyra produktområden

Inköpsavdelningen är indelad i fem grupper: datortillbehör & foto, el & mobiltelefoni, verktyg, beslag & förvaring samt hem & hushåll. Sortimentet är indelat i fyra produktområden enligt tabellen på sidan 30.

Våra produktansvariga besöker stora mässor och leverantörer runt om i världen för att finna nya produkter, men också för att utveckla vårt befintliga sortiment. Genom att besöka fabriker direkt kan vi lättare vara med och påverka design, materialval och tillverkningsmetod, till nytta både för produktens kvalitet och miljöpåverkan.

### En erfaren organisation

Många av våra produktansvariga har arbetat länge hos oss. Deras kunskap och erfarenhet förs vidare till nästa generation produktansvariga och ger oss en god kontinuitet när det gäller inköp och sortimentsutveckling.

Vi tycker att det är viktigt att dagens inköpare och produktansvariga känner samma nyfikenhet inför nya produkter som Clas Ohlson gjorde. Den nyfikenheten är en del av vår kultur.

### Över 800 leverantörer från 30 olika länder

Våra cirka 800 leverantörer finns i 30 olika länder. De flesta finns i Europa och huvuddelen i Sverige. Under verksamhetsåret svarade svenska leverantörer för 59 procent av de totala inköpen, mot 56 procent året innan. Många av de största svenska leverantörerna är handelshus eller agenter som äger importrättigheter eller typgodkännanden för olika produkter. Ursprungslandet för dessa produkter är många gånger länder i Asien eller Europa. Tillsammans med våra direktinköp på 35 procent från Asien uppgår andelen asiatiska produkter till mer än 50 procent, vilket är oförändrat jämfört mot föregående år.

Clas Ohlsons enskilt största leverantör är ett handelshus i Hongkong som svarar för 11 procent (föregående år 14 procent) av våra totala inköp. De tio största leverantörerna svarar för 39 procent av leveranserna jämfört med 41 procent föregående år.

### Asien blir en allt viktigare inköpsmarknad

Under senare år har våra inköpare gjort allt fler resor till Kina, Hongkong och Taiwan medan resorna till Japan blivit färre. Kina är den inköpsmarknad som ökar snabbast eftersom kvaliteten på kinesiska produkter blivit bättre för varje år.

Krav på att köpa så kallade minimikvantiteter var tidigare en begränsande faktor vid inköp från Asien. I takt med att företaget har vuxit har möjligheten att handla stora kvantiteter ökat och vi kan nu förhandla om bättre villkor, bland annat när det gäller priser. Den utbyggda distributionscentralen i Insjön ger oss också möjligheter att öka inköpsvolymerna från Asien.

### Långsiktiga relationer

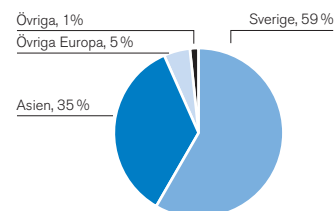
Vi har långvariga relationer med många av våra leverantörer och har med tiden kunnat etablera ett mycket bra samarbete. Detta gäller även leverantörerna i Asien, eftersom vi började köpa produkter från dem redan i början av 1970-talet. Leverantörerna är måna om att ha Clas Ohlson som kund och är därför lyhörda för våra önskemål.

### Socialt ansvar

Vår uppförandekod (Code of Conduct) för leverantörer offentliggjordes 2005 och är nu verksam fullt ut i vårt inköpsarbete och hos våra leverantörer. Mer information finns på sidan 14 i årsredovisningen.

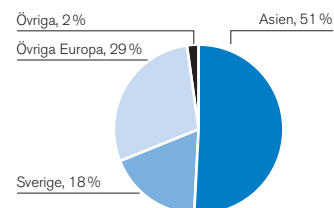


### Inköpsländer



De flesta produkterna köps från svenska leverantörer. Många av de största svenska leverantörerna är handelshus eller agenter som äger importrättigheter eller typgodkännanden för olika produkter.

### Ursprungsländer



I Asien är ursprungsland med få undantag Kina eller Taiwan. I övriga Europa är de fyra största tillverkningsländerna Danmark, Tyskland, Italien och Frankrike.



# CLAS OHLSON SELLO KÖPCENTER, ESBO, FINLAND

Sello Köpcenter som ligger i Esbo strax utanför Helsingfors nyöppnades 2005 efter en omfattande utbyggnad. Clas Ohlsons butik öppnades samma år.

Köpcentret innehåller 160 butiker. Clas Ohlsons butik ligger på tredje våningen i centret och är en av de snabbast växande bland Clas Ohlsons butiker i Finland.



Paineiln  
Tryckl

# LOGISTIK OCH IT

## LOGISTIK

Distributionscentralen i Insjön är hela koncernens logistiknav och här passerar samtliga varor till alla butiker, postorder- och internetkunder. Den genomsnittliga omsättningshastigheten för lagret i distributionscentralen uppgick under verksamhetsåret till 6,3 gånger (föregående år 6,4 gånger). Det innebär att vi byter ut hela lagret med alla 15 000 artiklar oftare än varannan månad. Med den höga omsättningshastigheten är distributionscentralen snarare att likna vid en terminal än ett lager.

### Utbyggnad, etapp 3, är färdigställd

Utbyggnaden av distributionscentralen i Insjön, etapp 3, färdigställdes under hösten 2006. Anläggningen har nu kapacitet att leverera till 90 butiker. Investeringen har medfört effektivare plock- och sorteringsrutiner som i sin tur möjliggör effektivare butiksleveranser. Investeringen uppgick till 334,8 Mkr jämfört med planerade 340 Mkr.

### Distribution under året

På vår godsmottagning tog vi under verksamhetsåret emot cirka 195 000 pallar och 1 628 containrar med varor. Motsvarande tal för 2005/06 var 165 000 pallar och 1 764 containrar.

Totalt levererades 5,1 miljoner plockrader till butikerna under verksamhetsåret. Detta innebär en ökning med 11 procent mot föregående år (4,6 miljoner). Normal leveranstid till butikerna är en dag och beställningen sker automatiskt i butiksdatasystemet när en vara når sin beställningspunkt i respektive butik.

Vidare levererade vi också cirka 172 500 postorderförsändelser (föregående verksamhetsår 184 000) vilket motsvarar 660 per dag.

### Vi bygger för framtiden

Styrelsen har beslutat om en ytterligare utbyggnad av distributionscentralen för att skapa kapacitet för framtida expansion. Inriktningen är att bygga upp en kapacitet att leverera till cirka 150 butiker. Investeringen beräknas uppgå till 370 Mkr och delar av anläggningen beräknas tas i drift våren 2009.

## IT-SYSTEM OCH SÄKERHET

Vi har under lång tid arbetat med att utveckla IT-system som ska stödja verksamheten.

Systemen underlättar hanteringen av beställning, inleverans, påfyllning, utplockning och slutleverans av varorna. Vår prioritering har alltid varit att utnyttja modern teknik för att effektivisera hanteringen av både varor och information. 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.

### 1. 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.

### 2. 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 automatiskt en beställning till centralsystemet. Leveransen går från distributionscentralen efterföljande dag.

### 3. Kassasystem

Till varje butikssystem är ett speciellt kassasystem kopplat som hanterar försäljningstransaktionerna i respektive butik. Kassasystemen kommunicerar hela tiden med både butiks-systemet och centralsystemet men kan också arbeta vidare helt fristående, om kommunikationen med de andra systemen skulle brytas.

### IT-säkerheten är högt prioriterad

Verksamheten bygger på att de integrerade systemen fungerar med så få avbrott som möjligt. Därför är IT-säkerheten högt prioriterad. För att säkerställa en hög tillgänglighet och korta avbrottstider 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. För att skydda oss mot intrång utifrån används brandväggar. Som skydd mot virus, som kan komma in via exempelvis e-post, används virusprogram.

Vi arbetar hela tiden med att förbättra vår IT-säkerhet och följer noga teknikutvecklingen på detta område.

### Vårt försäkringsskydd

Vi har försäkringar som ger ett fullgott skydd för bland annat varulager, byggnader, maskiner och inventarier samt avbrott och ansvar (inklusive produktansvar). I samarbete med vårt försäkringsbolag gör vi varje år en översyn av vårt försäkringsskydd.

### Brandsäkerheten

För att förhindra brand gäller stränga föreskrifter beträffande all hantering av brandfarliga ämnen. Alla medarbetare har genomgått utbildning i brandskydd och är väl förtrodda

med de brandskyddsregler som gäller. I samband med nyanställning, oavsett anställningsform, ges information om utrymningsplaner och befintlig brandskyddsutrustning. I Insjön finns även bland våra medarbetare en speciell brandberedskapsstyrka som har specialutbildats inom brandskydd.

Byggnaden som inrymmer distributionscentralen är indelad i flera brandceller, som sinsemellan är avdelade med brandväggar och brandjalusier. Brandlarmet, som har 445 branddetektorer, är kopplat direkt till SOS-alarm, samt till vår interna jourgrupp.

Fastigheten är försedd med sprinkleranläggning, bestående av cirka 21 700 sprinklerhuvuden monterade i tak. Den förses med vatten via en sprinklercentral med direktstartande dieselpumpar. Vattnet hämtas från en branddamm i anslutning till panncentralen. För att säkerställa tillgången på släckvatten har även en speciell branddamm etablerats i anslutning till kranlagerdelen.

Brandfarligt gods är placerat i en speciell del av byggnaden, som anpassats för detta. Truckladdning sker i ett speciellt truckladdningsrum, som uppfyller gällande krav.



Clas Ohlsons distributionscentral i Insjön



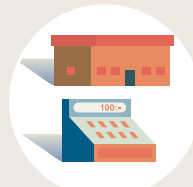
#### Centralsystem

All information som rör artiklar, kunder, leverantörer med mera registreras i en gemensam databas. Många av programmen, som inköpsrutiner och lagerrutiner, är skräddarsydda och egenutvecklade för att passa för just vår verksamhet.



#### Butiksdatasystem

Alla uppgifter som rör informationsflödet inom en butik och till och från butiken finns i butiksdatasystemet. När en artikel når sin beställningspunkt sker automatiskt en beställning till centralsystemet. Leveransen går från distributionscentralen efterföljande dag.



#### Kassasystem

Kassasystemen kommunicerar hela tiden med både butikssystemet och centralsystemet men kan också arbeta vidare helt fristående, om kommunikationen med de andra systemen skulle brytas.

# MÖJLIGHETER OCH RISKER

Clas Ohlsons verksamhet innehåller möjligheter och risker som i varierande omfattning kan påverka koncernens resultat. De kan delas in i rörelserelaterade, såsom ett konkurrenskraftigt sortiment eller en förändrad konkurrenssituation och finansiella, främst valutaexponering.

## RÖRELSERELATERADE

### Sortiment

Vår viktigaste uppgift är att erbjuda våra kunder ett brett och attraktivt sortiment. Om vi ytterligare kan förbättra och utveckla sortimentet finns stora möjligheter att uppnå en fortsatt försäljnings- och resultatökning. Skulle vi däremot missbedöma nya trender eller produktområden kan detta innebära att vi tappar i tillväxt och lönsamhet.

En styrka hos Clas Ohlson är att våra inköpare har arbetat under en lång tid och kan föra vidare kunskap, kontakter och erfarenheter till nya inköpare. När det gäller att fånga upp nya trender besöker våra inköpare ett stort antal konsumentvarumässor runt om i världen.

### Konkurrens

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

Clas Ohlson har naturligtvis också stora möjligheter att ytterligare förstärka marknadspositionen. I Sverige, Norge och Finland kommer detta att ske genom fler butiksetableringar, både i städer där vi redan finns och i ytterligare ett stort antal städer där vi kan etablera oss med god lönsamhet. Vår bedömning är att det även

finns goda möjligheter att göra lönsamma etableringar i andra europeiska länder med början i Storbritannien.

Omvänt finns risken att flera större internationella aktörer etablerar sig på den nordiska marknaden, vilket i så fall skulle öka konkurrensen och kunna påverka vår möjlighet till fortsatt expansion.

### Konjunktur

Det som framför allt påverkar Clas Ohlsons försäljning är utvecklingen av detaljhandeln och den privata konsumtionen, eftersom vi främst vänder oss till privatpersoner. En ökad konsumtion brukar innebära bättre försäljning även för oss. Det har emellertid visat sig att en nedgång i konsumtionen inte påverkar oss lika mycket som den påverkar den övriga detaljhandeln. Vårt breda sortiment är en av orsakerna. För förbrukningsartiklar finns alltid efterfrågan och försäljningen av gör det själv-artiklarna har en tendens att öka i sämre tider. Våra låga priser gör också att våra produkter är särskilt attraktiva under perioder med vikande efterfrågan.

### Julhandel

Eftersom vår största kundgrupp är privatpersoner är julhandeln vår klart viktigaste försäljningsperiod. Kvartal tre som avser perioden november till januari stod under verksamhetsåret för 32 procent av försäljningen och

Vi har en relativt stor valutaexponering genom vår försäljning i Norge samt genom koncernens inköp.

Tabellen visar hur resultatet påverkas av förändringar i de viktigaste valutorna.

Tabellen visar också hur resultatet påverkas av förändring i försäljningsvolym för jämförbara enheter.

### Känslighetsanalys

Faktor	Förändring	Påverkan på resultat före skatt, Mkr
Försäljningsvolym	+/- 5 procent	+86/-95
Valuta		
- NOK	+/- 5 procent	+/- 45
- USD	+/- 5 procent	-/+ 23
- HKD	+/- 5 procent	-/+ 12
- EUR	+/- 5 procent	+/- 4



47 procent av resultatet före skatt. Julhandeln gick mycket bra år 2006 och vi ökade försäljningen i december med 15 procent jämfört med föregående år. Vi har möjligheter att föra ut till ännu fler att Clas Ohlson är ett utmärkt ställe för julkappsinköp, eftersom vi har ett brett och varierat sortiment. Under den här perioden gäller det också för oss att hitta effektiva vägar att synas bland all annan reklam och övrig marknadsföring som då är speciellt intensiv inom detaljhandeln.

### Etableringen i Storbritannien

Den planerade etableringen i Storbritannien med 60 miljoner invånare innebär stora möjligheter för Clas Ohlson. Etableringen innebär även en del risker. En av dessa är att varumärket är helt okänt och förväntas ta lång tid att bygga upp. Mer information angående etableringen finns på sidan 27.

### FINANSIELLA

Clas Ohlson har inga räntebärande skulder. Vi har däremot en relativt stor valutaexponering genom vår försäljning i Norge samt genom koncernens inköp. Ungefär 41 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) mycket viktig för koncernen, eftersom mer än en tredjedel av försäljningen sker i Norge. Vår nettoexponering mot euro är låg eftersom vi får en allt större försäljning i euro genom vår expansion på den finska marknaden.

Tabellen på sidan 36 visar hur resultatet påverkas av förändring i försäljningsvolym för befintliga enheter samt förändringar i de viktigaste valutorna.

### Valutasäkringar

Vid prissättningen av produkter i vår huvudkatalog används kalkylkurser för respektive valuta, vilka bestäms i juni varje år. I samband med detta terminssäkrar vi cirka 50 procent av det förväntade flödet ett år framåt. På detta sätt är vi garanterade kalkylkursen på en stor del av inköpen och har samtidigt möjligheten – eller risken – att handla de resterande inköpen till dagskurs.

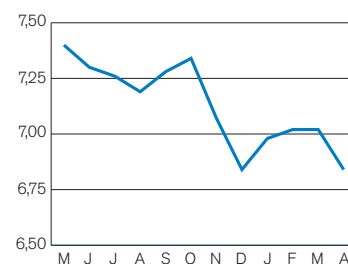
Under verksamhetsåret gjordes valutasäkringar i USD, HKD och NOK. Dessa påverkade resultatet positivt med 10,2 Mkr jämfört med om vi enbart handlat till dagskurser (föregående år –0,7 Mkr).

### Valutarörelser

Den norska kronan försvagades under verksamhetsåret i förhållande till den svenska. Kursen på den norska kronan var i genomsnitt 1,13 vilket var 4 procent lägre jämfört med verksamhetsåret 2005/06 då den var 1,18. Detta har påverkat oss negativt eftersom mer än en tredjedel av försäljningen sker i norska kronor.

Även USA-dollar har försvagats mot den svenska kronan det senaste verksamhetsåret, vilket istället gynnat oss då det generellt sett medfört lägre inköpspriser. Genomsnittskursen under verksamhetsåret 2006/07 var 8 procent lägre än året innan (cirka 7,20 jämfört med 7,80). Detsamma gäller för Hongkongdollarn eftersom den är knuten till kursen på USD och båda valutorna har således haft en identisk utveckling.

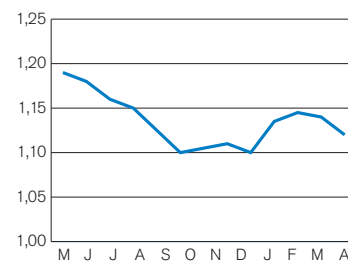
Valuta USD/SEK



USA-dollar (USD) är vår viktigaste inköpsvaluta. Vid verksamhetsårets början den 1 maj 2006 var kursen för USD 7,42 mot den svenska kronan. Kursen försvagades sedan under sommaren och hösten för att sedan förstärkas något under våren. Den noterades den 30 april 2007 till 6,84, en försvagning med 8 procent.

Den högsta kursen var 7,42 och noterades i juli medan den lägsta kursen var 6,72 och noterades i april. Genomsnittskursen 2006/07 var cirka 7,20 jämfört med 7,80 under 2005/06.

Valuta NOK/SEK



Mer än en tredjedel av vår försäljning sker i Norge. Vid verksamhetsårets början den 1 maj 2006 var kursen för den norska kronan (NOK) 1,19 mot den svenska kronan. Kursen försvagades sedan under sommaren och hösten för att sedan förstärkas något under våren. Den noterades den 30 april 2007 till 1,12, en försvagning med 6 procent.

Den högsta kursen var 1,21 och noterades i maj medan den lägsta kursen var 1,09 och noterades i oktober och januari. Genomsnittskursen för 2006/07 var cirka 1,13 jämfört med 1,18 under 2005/06.

# ETT BÖRSVÄRDE PÅ 9,9 MILJARDER KRONOR



Clas Ohlsons årsstämma är mycket välbesökt. Förra årets stämma lockade nästan 1 500 deltagare vilket gör stämman till en av de största i Sverige.

#### Utomstående analyser

Ett antal av aktiemarknadens aktörer följer löpande Clas Ohlson-aktien och presenterar för sina kunders räkning analyser av bolaget och aktien. Några av dessa är följande:

ABG Securities  
 ABN Amro  
 Carnegie  
 Deutsche Bank  
 Enskilda  
 Handelsbanken  
 Kaupthing  
 Merrill Lynch  
 Standard & Poors  
 Swedbank  
 Öhman

#### Koder

Bloomberg: CLASB.SS  
 Reuters: CLASb.ST

Clas Ohlsons B-aktie är noterad på The Nordic Exchange och har varit noterad på Stockholmsbörsen sedan 5 oktober 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 060501–070430 steg aktiekursen från 149 kronor till 150,50 kronor, vilket är en ökning med 1 procent. Under samma period ökade Affärsvärldens generalindex med 25 procent. Lägsta betalkurs under perioden var 125 kr noterat i september medan högsta betalkurs under perioden var 159 kr noterat i mars.

#### Omsättning

Under perioden omsattes 28 013 453 Clas Ohlson-aktier på Stockholmsbörsen vilket motsvarar en omsättningshastighet på 43 procent. Under samma period uppgick den totala omsättningshastigheten på The Nordic Exchange till 130 procent.

Clas Ohlsons totala börsvärde uppgick den 30 april 2007 till 9,9 miljarder kr.

#### Aktiekapital

Aktiekapitalet i Clas Ohlson 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.

#### Aktieägare

Den 30 april 2007 uppgick antalet aktieägare enligt VPC:s (Värdepapperscentralen) aktiebok till 23 903, jämfört med 24 090 den 30 april 2006. De tio största aktieägarna svarade vid samma tidpunkt för 63,4 procent av kapitalet och 79,5 procent av rösterna.

Utländska ägare svarade för 31,0 procent av kapitalet och 38,3 procent av rösterna. Svenska institutioner svarade för 21,7 procent av kapitalet och 12,1 procent av rösterna. Svenska privatpersoner svarade för 47,3 procent av kapitalet och 49,6 procent av rösterna.

#### Utdelningspolitik och utdelning

Finansiellt ska Clas Ohlson ha möjlighet till en fortsatt god tillväxt av verksamheten samt att ha en beredskap att ta till vara affärsmöjligheter. Det är angeläget att expansionen liksom hittills kan ske med bibehållen hög finansiell styrka och fortsatt handlingsfrihet.

Mot denna bakgrund har styrelsen funnit att utdelningsandelen bör motsvara cirka hälften av vinsten efter skatt. Därutöver kan styrelsen föreslå att överskjutande likviditet också delas ut.

För räkenskapsåret 2006/07 föreslår styrelsen att utdelning ska lämnas med 4,50 kronor

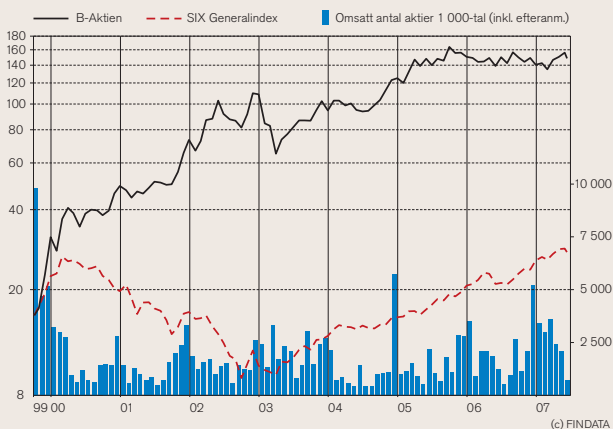
#### DATA PER AKTIE

	2006/07	2005/06	2004/05	2003/04	2002/03
Antal aktier, miljoner	65,6	65,6	65,6	65,6	65,6
Vinst per aktie, kr	5,88	5,37	4,65	3,98	3,64
Bruttokassaflöde per aktie, kr	7,02	6,32	5,40	4,55	4,12
Eget kapital per aktie, kr	20,84	19,16	16,14	13,47	11,22
Börskurs 30 april, kr	150,50	149	139	100	74
Utdelning per aktie, kr	4,50 <sup>1</sup>	4,00 <sup>2</sup>	2,50	2,00	1,60
P/e-tal, ggr	26	28	30	25	20
Kurs/bruttokassaflöde, ggr	21	24	26	22	18
Kurs/eget kapital, %	722	778	861	746	655
Direktavkastning, %	3,0	2,7	1,8	2,0	2,2
Utdelningsandel, %	77	74	54	50	44

<sup>1</sup> Föreslagen utdelning.

<sup>2</sup> Inklusiv extra utdelning 1,00 kr.

#### CLAS OHLSON



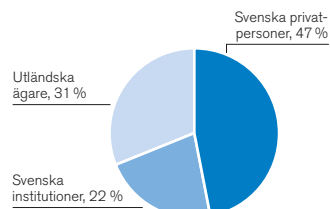
per aktie (föregående år 3,00 kronor plus extra utdelning 1,00 kronor).

Styrelsens förslag motsvarar cirka 77 procent av koncernens resultat efter skatt och 22 procent av koncernens eget kapital.

## Aktieägarinformation

Finansiell information finns på vår hemsida [www.clasohlson.com](http://www.clasohlson.com)

## Aktieägarkategorier, % kapital



## AKTIEKAPITALET 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

## DE STÖRSTA ÄGARNA 2007-04-30

Ägare	Antal A-aktier	Antal B-aktier	Procent kapital	Procent röster
Mary Haid	2 735 880	11 905 200	22,3	33,4
Helena Tidstrand	1 368 060	7 209 328	13,1	17,8
Johan Tidstrand	1 368 060	6 209 328	11,6	16,9
Håkan Thylén	288 000	1 209 300	2,3	3,5
Fjärde AP-fonden		2 526 180	3,9	2,2
AFA Försäkring		2 033 250	3,1	1,7
SEB Fonder		1 470 700	2,2	1,3
Anders Moberg		1 312 000	2,0	1,1
Handelsbanken, depå		988 200	1,5	0,8
Lannebo Fonder		944 800	1,4	0,8
Nordea Bank Finland		924 739	1,4	0,8
Övriga aktieägare		23 106 975	35,2	19,7
<b>Totalt</b>	<b>5 760 000</b>	<b>59 840 000</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

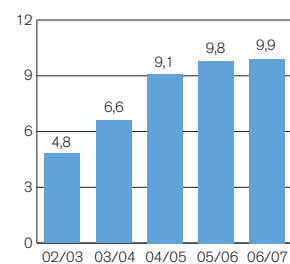
## ÄGARKATEGORIER 2007-04-30

Kategori	Antal	Procent kapital	Procent röster
Svenska privatpersoner	3 024 120	47,3	49,6
Svenska institutioner	14 212 593	21,7	12,1
Utländska ägare	2 735 880	31,0	38,3
<b>Summa</b>	<b>5 760 000</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

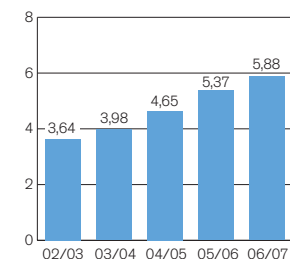
## ÄGARSTRUKTUR 2007-04-30

Storleksklass	Antal värdepapper	Procent	Antal ägare
1-500	2 848 091	4,3	16 115
501-1000	3 939 585	6,0	4 721
1 001-5 000	5 727 336	8,7	2 586
5 001-10 000	1 936 143	3,0	255
10 001-20 000	1 567 042	2,4	107
20 001-100 000	3 174 149	4,8	95
100 001-500 000	2 536 864	3,9	11
500 001-	43 870 790	66,9	13
<b>Summa</b>	<b>65 600 000</b>	<b>100,0</b>	<b>23 903</b>

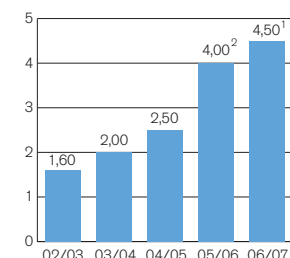
## Börsvärde, miljarder kronor



## Vinst per aktie, kronor



## Utdelning per aktie, kronor



<sup>1</sup> Föreslagen utdelning

<sup>2</sup> Inklusive extra utdelning 1,00 kr

# 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 2006-05-01–2007-04-30. 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 för såväl moderbolaget som koncernen av försäljning av produkter för hus och hem, teknik och hobby via egna butiker och postorder/internet. Verksamheten bedrivs i Sverige, Norge och Finland. Antalet butiker var vid periodens utgång 71 varav 38 i Sverige, 24 i Norge och nio i Finland.

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

Marknaden för bolagets produkter har utvecklats väl under verksamhetsåret. Samtliga delar av sortimentet noterar bra försäljningsökningar i både Sverige, Norge och Finland.

## Väsentliga händelser

Under verksamhetsåret har tolv nya butiker öppnats, varav åtta i Sverige och fyra i Norge. Dessutom har tre butiker byggts om, två i Sverige och en i Norge.

Klas Balkow, 41 år, har av styrelsen utsetts till ny VD och koncernchef för Clas Ohlson. Han kommer närmast från uppdraget som VD för ett dotterbolag inom Axel Johnson-koncernen, där han ansvarat för AxImage, ett affärsområde som innefattar flera butikskedjor samt agenturen för Fujifilm i både Sverige och Norge. Dessförinnan var Klas Balkow delaktig i uppbyggnaden av Bredbandsbolaget. Han har innan det under en tioårsperiod haft ett antal ledande befattningar inom Proctor & Gamble i både Norden och USA.

Klas började sin anställning 1 juni 2007 och tillträder som VD och koncernchef senast vid kalenderårsskiftet. Nuvarande VD och koncernchef Gert Karnberger kvarstår i sin befattning fram till dess.

## Försäljning och resultat

Försäljningen uppgick till 4 101,2 Mkr jämfört med 3 567,6 Mkr föregående år, en ökning med 15 procent.

Försäljningen fördelar sig enligt följande:

	2006/07	2005/06	Procentuell förändring
<b>Försäljningskanaler</b>			
Butiker	3 985,7	3 445,2	+ 16
Postorder/internet	115,5	122,4	- 6
	<b>4 101,2</b>	<b>3 567,6</b>	<b>+15</b>
<b>Land</b>			
Sverige	2 345,4	2 127,2	+10
Norge	1 458,2	1 199,0	+22
Finland	297,6	241,4	+23
	<b>4 101,2</b>	<b>3 567,6</b>	<b>+15</b>

Av butikernas försäljningsökning på 16 procent fördelar sig:

Jämförbara butiker i lokal valuta	+ 2 procent
Nya butiker	+ 16 procent
Valutaeffekter	- 2 procent
<b>Summa</b>	<b>+16 procent</b>

Den genomsnittliga prishöjningen på sortimentet uppgick under verksamhetsåret till 2 procent.

Andelen internetorder utgjorde 63 procent av det totala antalet order inom postorder/internet jämfört med 60 procent föregående år.

Bruttomarginalen uppgick till 39,7 procent jämfört med 39,9 procent föregående år.

Rörelseresultatet uppgick till 530,9 Mkr, en ökning med 10 procent jämfört med föregående år (484,5 Mkr). Resultatökningen beror på ökad försäljning. Rörelseresultatet var 525,0 Mkr (474,0 Mkr) för butikerna och 5,9 Mkr (10,5 Mkr) för postorder/internet.

Rörelsemarginalen uppgick till 12,9 procent (13,6 procent). Rörelsemarginalen var 13,2 procent (13,8 procent) för butikerna, medan den var 5,1 procent (8,6 procent) för postorder/internet.

Resultatet efter finansiella poster uppgick till 537,8 Mkr, en ökning med 10 procent jämfört med föregående år (491,0 Mkr).

Försäljningskostnadernas andel har ökat med 0,3 procentenheter. Den huvudsakliga anledningen är att försäljningsökningen varit lägre än förväntat. Resultatet har dessutom påverkats negativt med 3,1 Mkr till följd av ökade uppstartskostnader för nya butiker. Dessa uppgår totalt till 38,5 Mkr.

Årets avskrivningar uppgick till 75,0 Mkr jämfört med 62,5 Mkr föregående år.

Avtalspensionering har skett av Björn Haid (61 år) som varit anställd på Clas Ohlson sedan 1965. Beloppet uppgår totalt till 9,4 Mkr och har i sin helhet reserverats och kostnadsförts bland administrationskostnader. Kostnaden är av engångskaraktär och har reserverats under det andra kvartalet.

Kurserna på de viktigaste valutorna var i genomsnitt 1,13 för norska kronan och 7,20 för USA-dollar jämfört med 1,18 respektive 7,80 föregående år.

Valutasäkringar har gjorts i USD, HKD och NOK. Dessa påverkade resultatet positivt med 10,2 Mkr jämfört med om vi enbart handlat med dagskurser (föregående år -0,7 Mkr).

### Utsikter för kommande verksamhetsår

Koncernens långsiktiga målsättning är en årlig försäljningstillväxt på 15 procent. Detta ska uppnås genom ökad försäljning i befintliga butiker och genom fortsatta nyetableringar i Sverige, Norge och Finland. Under verksamhetsåret 2008/09 är målet dessutom att etablera verksamhet i Storbritannien genom att öppna 2–4 butiker i citylägen inom ett koncentrerat geografiskt område.

För verksamhetsåret 2007/08 planeras 15–20 nya butiker och för 2008/09 planeras 20–25 nya butiker inklusive de 2–4 i Storbritannien.

Hittills är 15 nya butiker kontrakterade, varav fyra i Sverige, åtta i Norge och tre i Finland.

Koncernens långsiktiga mål när det gäller resultatet är en rörelsemarginal på 13–15 procent över en konjunkturcykel.

En fortsatt satsning på egna märkesvaror ska ske. Målet är att andelen egna märkesvaror senast vid utgången av verksamhetsåret 2008/09 ska stå för 25 procent av försäljningen.

Styrelsen har beslutat om en ytterligare utbyggnad av distributionscentralen för att skapa kapacitet för framtida expansion. Inriktningen på det fortsatta arbetet är att bygga upp en kapacitet att leverera till cirka 150 butiker. Investeringen beräknas uppgå till 370 Mkr och delar av anläggningen beräknas tas i drift våren 2009.

### Finansiell ställning

Kassaflödet från den löpande verksamheten var under verksamhetsåret positivt med 405,1 Mkr (187,8 Mkr). Efter avdrag för investeringsverksamheten var kassaflödet 280,0 Mkr (48,2 Mkr). Fjölårets kassaflöde påverkades negativt av lager-

utbyggnad samt högre fyllnadsinbetalning av skatt.

Varulagret har under verksamhetsåret ökat med 77,7 Mkr till 826,7 Mkr. Av detta avser 67,7 Mkr varulager i de tolv nya butiker som öppnats under verksamhetsåret.

Likvida medel uppgick till 347,9 Mkr (338,4 Mkr). Räntebärande skulder saknas. Soliditeten uppgick till 70,6 procent (70,4 procent).

### Investeringar

Under verksamhetsåret har nettoinvesteringar gjorts med 125,2 Mkr (139,6 Mkr). Av dessa avser 49,2 Mkr (50,7 Mkr) investeringar i nya butiker. Vidare avser 35,0 Mkr (51,5 Mkr) investering i utbyggnaden av distributionscentralen i Insjön. Övriga investeringar är i huvudsak ersättningsinvesteringar.

Utbyggnaden av distributionscentralen i Insjön, etapp 3, färdigställdes i oktober. Anläggningen har nu kapacitet att leverera till 90 butiker. Till och med april 2007 hade 334,8 Mkr av totalt planerade 340 Mkr investerats i utbyggnaden, etapp 3, av distributionscentralen.

### Anställda

Antalet anställda i koncernen var i genomsnitt 1 647 (1 439) varav 659 (547) kvinnor. Fördelning per land är 1 131 (1 025) i Sverige, 370 (285) i Norge och 146 (129) i Finland. Ytterligare information om anställda finns i noterna 6, 29 och 30 i årsredovisningen.

### Styrelsearbete

Clas Ohlsons styrelse består av sju ledamöter valda av bolagsstämman samt två ledamöter och två suppleanter utsedda av de anställda. Verkställande direktören ingår i styrelsen.

Styrelsen har en skriftlig arbetsordning samt en instruktion för arbetsfördelningen mellan styrelsen och verkställande direktören. Styrelsens sammanträden och arbetet i samband därmed följer en föredragningsplan i syfte att säkerställa styrelsens behov av information och kontroll av verksamheten och bolagets organisation.

Styrelsen har under året haft sju sammanträden. Vid varje möte framläggs ekonomisk och finansiell rapport för verksamheten. Styrelsen sammanträder årligen med bolagets revisorer för genomgång av revisionsrapport och årets verksamhet. Styrelsens arbete beskrivs mer utförligt i styrelseberättelsen på sidan 43.

### Risker och osäkerhetsfaktorer

Clas Ohlsons verksamhet är utsatt för risker av såväl finansiell karaktär som rörelsekaraktär. Risker av finansiell karaktär utgörs främst av valutaexponering medan risker av rörelsekaraktär utgörs av sortiment, konkurrens, konjunktur, julhandel samt etableringen i Storbritannien. När det gäller beskrivning och kvantifiering av de finansiella riskerna beskrivs dessa i not 2 i årsredovisningen samt på sidan 36 i den tryckta årsredovisningen.

### Miljöpåverkan

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

Inom koncernen bedrivs ett kontinuerligt miljöarbete och detta beskrivs mer utförligt på sidan 16–17 i den tryckta årsredovisningen samt på hemsidan [www.clasohlson.com](http://www.clasohlson.com).

### Riktlinjer för ersättning till ledande befattningshavare

Årsstämman 2006 beslutade att ersättning ska utgå som fast och rörlig lön, pension och eventuella förmåner. Storleken på ersättningarna bereds av styrelsens ersättningsutskott och beslutas av styrelsen. För mer information om ersättningar, se not 6 samt sidan 67 i den tryckta årsredovisningen.

### Moderbolaget

Moderbolagets omsättning uppgick till 3 424,7 Mkr (2 974,8 Mkr) och resultatet efter finansiella poster uppgick till 491,0 Mkr (380,9 Mkr). Likviditeten har varit god. Årets investeringar har uppgått till 99,1 Mkr (89,9 Mkr).

### Utdelningspolitik

Finansiellt ska Clas Ohlson ha möjlighet till en fortsatt god tillväxt av verksamheten samt att ha en beredskap att ta till vara affärsmöjligheter. Det är angeläget att expansionen liksom hittills kan ske med bibehållen hög finansiell styrka och fortsatt handlingsfrihet.

Mot denna bakgrund har styrelsen funnit att utdelningsandelen bör motsvara cirka hälften av vinsten efter skatt. Därutöver kan styrelsen föreslå att överskjutande likviditet också delas ut.

För räkenskapsåret 2006/07 föreslår styrelsen att utdelning ska lämnas med 4,50 kronor per aktie (föregående år 3,00 kronor, plus extra utdelning 1,00 kronor). Styrelsens förslag motsvarar cirka 77 procent av koncernens resultat efter skatt.

### Förslag till vinstdisposition

Till årsstämman förfogande står följande vinstmedel (svenska kronor):

Balanserad vinst	454 912 386
Årets vinst	377 429 040
Summa	832 341 426

Styrelsen och verkställande direktören föreslår att:

Till aktieägarna utdelas 4,50 kronor per aktie	295 200 000
I ny räkning överföres	537 141 426
Summa	832 341 426

Som avstämningsdag för utdelning föreslås den 12 september 2007. Den av årsstämman beslutade utdelningen beräknas i så fall utsändas den 17 september 2007.

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 70,6 procent före utdelning och 65,3 procent efter utdelning. Detta bedöms vara en fullgod soliditet även beaktat den kommande expansionen i Norden och Storbritannien.

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

# STYRELSENS OCH VALBEREDNINGENS BERÄTTELSE

## STYRELSEBERÄTTELSE

Styrelsens närvaro framgår av tabellen på sidan 66 i den tryckta årsredovisningen.

### 14 juni 2006

Bokslutskommuniké lades fram och fastställdes. Vidare fastställdes förslag till årsstämman om utdelning med 3,00 kr per aktie plus en extra utdelning med 1,00 kr per aktie. Rapporteringsdagar för verksamhetsåret 2006/07 fastställdes.

### 29 juni 2006

Resultatet för verksamhetsåret 2005/06 diskuterades och analyserades. Revisorerna deltog under denna punkt och rapporterade om årets revisionsarbete. De rapporterade även om den granskning som genomförts beträffande etableringen i Finland. En checklista över hur Clas Ohlson följer Svensk kod för bolagsstyrning gicks igenom. Årsredovisningens förvaltningsberättelse fastställdes och årsredovisningen undertecknades. Budget för verksamhetsåret 2006/07 fastställdes. Vidare behandlades frågor om Clas Ohlsons uppförandekod (Code of Conduct). Ledamöter till styrelserna i dotterbolagen i Norge och Finland föreslogs. Valberedningens ordförande rapporterade om årets arbete.

### 8 september 2006

Delårsrapport för perioden maj till juli lades fram och fastställdes. Beslut togs att inleda rekryteringsprocessen av ny VD och koncernchef, då Gert Karnberger uppnått 63 års ålder. Diskussion fördes beträffande den pågående utbyggnaden av distributionscentralen. Styrelsen beslöt att bevilja Björn Haid avtalspension. Nuvarande och kommande etableringar diskuterades.

### 9 september 2006

Konstituerande sammanträde hölls efter årsstämman. Vid årsstämman omvaldes samtliga styrelseledamöter och Anders Moberg omvaldes till ordförande. Stämman beslutade om utdelning med 3,00 kr och extrautdelning 1,00 kr.

Vid det konstituerande styrelsemötet beslutades om firma-teckning och arbetsordning för styrelsen samt sammanträdesdagar för det kommande verksamhetsåret. Ledamöter till styrelsens revisions- och ersättningsutskott valdes.

### 7 december 2006

Delårsrapport för perioden augusti till oktober lades fram och fastställdes. Revisorerna Göran Melin och Annika Wedin gick igenom den översiktliga granskning som gjorts avseende det första halvåret. Vidare diskuterades aktuella frågor rörande moder- och dotterbolag samt koncernens uppförandekod (Code of Conduct). Ersättningsutskottet redogjorde för ersättningar till koncernens ledande befattningshavare samt om den pågående rekryteringsprocessen av ny VD. Revisionsutskottet redogjorde för de informationsbehov som föreligger beträff-

fande bokslutsarbete och intern kontroll. Arbetsordning för revisionsutskottet fastställdes.

### 30–31 januari 2007

Strategimötet hölls tillsammans med företagsledningen i Sverige, Norge och Finland. Vid mötet diskuterades ett antal strategiska frågor, bland annat koncernens mål och strategier, sortimentet, etableringstrategi, fortsatt utbyggnad av distributionscentralen, marknadsföring, egna varumärken samt det fortsatta arbetet med uppförandekoden.

### 13 mars 2007

Delårsrapport för perioden november till januari lades fram och fastställdes. Beslut fattades att distributionscentralen ska byggas ut för ytterligare 370 Mkr. Målsättningen beträffande expansion för de nästkommande två verksamhetsåren fastställdes. Det innebär 15–20 nya butiker för verksamhetsåret 2007/08 och 20–25 butiker inklusive de 2–4 butikerna i Storbrittannien för 2008/09. Styrelsen beslutade att utse Klas Balkow till ny VD och koncernchef. Han tillträder sin tjänst senast vid kalenderårsskiftet. Dessutom diskuterades koncernens budgetförutsättningar för 2007/08. Valberedning och revisionsutskott rapporterade om aktuella frågeställningar.

## VALBEREDNINGENS BERÄTTELSE

Vid årsstämman den 9 september 2006 valdes en valberedning bestående av Elisabet Salander Björklund (ordförande), Thomas Halvorsen och Per Karlsson.

Elisabet Salander Björklund är styrelseledamot medan de två övriga medlemmarna är oberoende från både styrelsen och bolaget.

Per Karlsson och Thomas Halvorsen, som båda är bosatta i Stockholm, representerar bred erfarenhet av arbete i styrelser och nomineringsförfaranden. Per Karlsson arbetar som oberoende företagsrådgivare och ingår i styrelsen för Nokia Corporation och Ikano Holdings.

Thomas Halvorsen var tidigare VD i Fjärde AP-fonden och är ledamot i styrelsen i Beijer Alma AB och Miris Holding AB.

Valberedningens uppdrag är att till kommande bolagsstämma, där val av styrelse eller revisorer ska ske, komma med förslag på styrelseledamöter eller revisorer samt arvoden till dessa. Valberedningen föreslår även ordförande på stämman.

Gruppen har arbetat med nomineringsförfarandet till Clas Ohlsons årsstämma 8 september 2007 och har under våren och i början av sommaren haft ett flertal möten. Vid mötena har kandidater övervägts och diskuterats. Fokus har lagts vid att kandidaterna ska tillföra Clas Ohlsons styrelse rätt kompetens. Den utvärdering av styrelsens arbete som gjorts har också legat till grund för bedömningarna.

Valberedningens förslag kommer att presenteras i början av augusti i samband med att kallelsen till årsstämman offentliggörs.

Mer information om bolagets styrning finns på sidan 65 i den tryckta årsredovisningen.

# FEM ÅR I SAMMANDRAG

Mkr	2006/2007	2005/2006	2004/2005	2003/2004 <sup>1</sup>	2002/2003 <sup>1</sup>
<b>RESULTATRÄKNING</b>					
Nettoomsättning	4 101,2	3 567,6	2 954,8	2 509,5	2 130,8
Rörelseresultat	530,9	484,5	420,5	356,6	325,3
Resultat före skatt	537,8	491,0	425,9	363,6	331,9
Inkomstskatt	-152,0	-138,9	-120,6	-102,7	-93,1
<b>Årets resultat</b>	<b>385,8</b>	<b>352,1</b>	<b>305,3</b>	<b>260,9</b>	<b>238,8</b>
<b>BALANSRÄKNING</b>					
Anläggningstillgångar	683,5	642,6	563,7	411,7	285,8
Varulager	826,7	749,0	542,9	447,1	352,5
Kortfristiga fordringar	79,6	55,3	46,4	36,4	32,0
Likvida medel, kortfristiga placeringar	347,9	338,4	445,2	417,9	395,1
<b>Summa tillgångar</b>	<b>1 937,7</b>	<b>1 785,3</b>	<b>1 598,2</b>	<b>1 313,1</b>	<b>1 065,4</b>
Eget kapital	1 367,3	1 256,9	1 058,6	883,7	735,8
Långfristiga skulder, icke räntebärande	23,9	23,6	18,3	63,3	49,2
Kortfristiga skulder, icke räntebärande	546,5	504,8	521,3	366,1	280,4
<b>Summa eget kapital och skulder</b>	<b>1 937,7</b>	<b>1 785,3</b>	<b>1 598,2</b>	<b>1 313,1</b>	<b>1 065,4</b>
<b>KASSAFLÖDE</b>					
Kassaflöde från rörelsen	405,1	187,8	355,4	296,6	277,8
Investeringar	-125,1	-140,7	-198,6	-162,9	-85,6
<b>Kassaflöde efter investeringar</b>	<b>280,0</b>	<b>47,1</b>	<b>156,8</b>	<b>133,7</b>	<b>192,2</b>
<b>NYCKELTAL</b>					
Omsättningstillväxt, %	15,0	20,7	17,7	17,8	23,0
Bruttomarginal, %	39,7	39,9	40,4	40,2	40,3
Rörelsemarginal, %	12,9	13,6	14,2	14,2	15,3
Rörelsemarginal butiker, %	13,2	13,8	14,5	14,5	15,5
Rörelsemarginal postorder/internet, %	5,1	8,6	8,6	9,4	12,4
Nettomarginal, %	13,1	13,8	14,4	14,5	15,6
Avkastning på sysselsatt kapital, %	40,9	42,4	43,9	45,2	51,6
Avkastning på eget kapital, %	29,4	30,4	31,4	32,2	36,3
Soliditet, %	70,6	70,4	66,2	67,3	69,1
Försäljning per kvadratmeter i butik, tkr	45	48	48	49	51
Antal butiker vid årets slut	71	59	48	38	30
Antal årsanställda	1 647	1 439	1 229	1 067	868
<b>DATA PER AKTIE<sup>2</sup></b>					
Antal aktier, tusental	65 600	65 600	65 600	65 600	65 600
Vinst per aktie, kr	5,88	5,37	4,65	3,98	3,64
Bruttokassaflöde per aktie, kr	7,02	6,32	5,40	4,55	4,12
Eget kapital per aktie, kr	20,84	19,16	16,14	13,47	11,22
Utdelning, kr	4,50 <sup>3</sup>	4,00 <sup>4</sup>	2,50	2,00	1,60

<sup>1</sup> Jämförelsetal är inte upprättade enligt IFRS.

<sup>2</sup> Omräknat efter split.

<sup>3</sup> Föreslagen utdelning.

<sup>4</sup> Inklusive extra utdelning 1,00 kr.



# KOMMENTARER TILL FEMÅRSUTVECKLINGEN

## Försäljning

Försäljningen har under de senaste fem åren ökat från 2 130,8 Mkr till 4 101,2 Mkr, en ökning med 92 procent. Ökningen har skett helt organiskt, det vill säga utan förvärv. Prisutvecklingen under perioden är svagt negativ. Det senaste verksamhetsåret höjdes försäljningspriserna med 2 procent men tidigare har priserna sänkts med i genomsnitt 2 procent per år. Valutakurserna för den norska kronan och euro (Finland) är i stort sett desamma som för fem år sedan. Under perioden har dock kurserna varierat. Slutsatsen är således att mer än hela försäljningsökningen härrör sig till ökade försäljningsvolymen.

När det gäller försäljningsökningen i jämförbara butiker har denna de senaste fyra åren uppgått till 2 procent, 4 procent, 5 procent respektive 4 procent. Tidigare redovisades inte detta nyckeltal.

## Antal butiker

Den främsta anledningen till att vi har kunnat växa så kraftigt är att antalet nya butiker successivt har ökat. 2006/07 öppnades tolv nya butiker, 2005/06 elva, 2004/05 tio, 2003/04 åtta, 2002/03 sju.

Vid början av verksamhetsåret 2002/03 fanns 23 butiker jämfört med 71 butiker i slutet av verksamhetsåret 2006/07.

## Rörelseresultat

Rörelseresultatet har under de senaste fem åren ökat från 325,3 Mkr till 530,9 Mkr, en ökning med 63 procent. Resultatet har

således inte ökat i samma takt som försäljningen. Det beror främst på tre faktorer, dels på att bruttomarginalen sjunkit, dels på vår etablering i Finland, där vi än så länge har lägre marginaler, och dels på att etableringstakten av nya butiker har ökat.

## Bruttomarginal

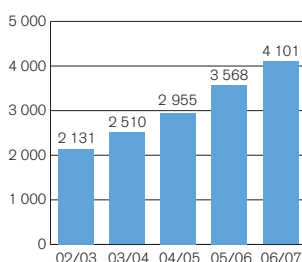
Bruttomarginalen har under de senaste fem åren sjunkit från 40,3 procent till 39,7 procent, en minskning med 0,6 procentenheter.

Vår ökade storlek och starka varumärke gör det möjligt att förhandla om bättre inköpspriser hos leverantörerna. Detta har medfört högre marginal på själva produkterna. Det har dock motverkats av ökade kostnader för frakter och ökade hanteringskostnader i vår distributionscentral i Insjön. Frakternas andel av bruttomarginalen har ökat till följd av längre fraktavstånd och ökade världsmarknadspriser. Hanteringskostnadernas andel har ökat till följd av stora investeringar i distributionscentralen de senaste åren. Kostnadsandelen ökar de första åren då linjär avskrivning tillämpas.

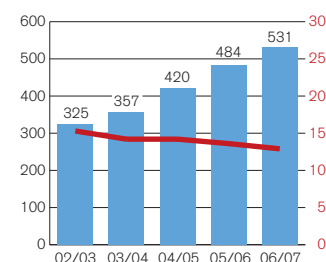
## Rörelsemarginal

Rörelsemarginalen har under de senaste fem åren minskat från 15,3 procent till 12,9 procent. Detta är främst en följd av de tre faktorer som beskrivits i avsnittet om rörelseresultat.

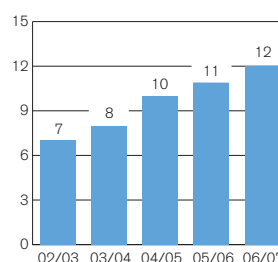
Försäljning, Mkr



Rörelseresultat, Mkr  
Rörelsemarginal, %



Antal nya butiker



# KONCERNEN

## RESULTATRÄKNING

Mkr	Not	060501 -070430	050501 -060430
	1, 2		
Nettoomsättning		4 101,2	3 567,6
Kostnad för sålda varor	4	-2 474,1	-2 144,5
<b>Bruttoresultat</b>		<b>1 627,1</b>	<b>1 423,1</b>
Övriga rörelseintäkter	3	1,1	0,5
Försäljningskostnader	4, 5, 6	-996,4	-855,6
Administrationskostnader	4, 5, 6, 7	-100,0	-80,6
Övriga rörelsekostnader	3	-0,9	-2,9
<b>Rörelseresultat</b>		<b>530,9</b>	<b>484,5</b>
<i>Finansiella poster</i>			
Finansiella intäkter	8	7,1	6,9
Finansiella kostnader	8	-0,2	-0,4
<b>Resultat före skatt</b>		<b>537,8</b>	<b>491,0</b>
Inkomstskatt	9	-152,0	-138,9
<b>ÅRETS VINST</b>		<b>385,8</b>	<b>352,1</b>
Antal aktier, miljoner		65,6	65,6
Vinst per aktie, kr (före och efter utspädning för vinst hänförlig till moderbolagets aktieägare under året)	10	5,88	5,37
Föreslagen utdelning per aktie, kr	11	4,50	4,00

## KASSAFLÖDESANALYS

Mkr	060501 -070430	050501 -060430
<i>Den löpande verksamheten</i>		
Rörelseresultat	530,9	484,5
<i>Justering för poster som inte ingår i kassaflödet</i>		
- avskrivningar	75,0	62,5
- resultat från försäljning/utrangering av anläggningstillgångar	0,2	1,7
Erhållna räntor	6,3	7,1
Erlagda räntor	-0,2	-0,4
Betald skatt	-143,2	-177,6
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapital</b>	<b>469,0</b>	<b>377,8</b>
<i>Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital</i>		
- kundfordringar	-3,6	-3,0
- varulager	-87,4	-199,7
- övriga fordringar	-19,9	-5,1
- leverantörsskulder	12,7	-3,5
- andra kortfristiga räntefria rörelseskulder/avsättningar	34,3	21,3
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten</b>	<b>405,1</b>	<b>187,8</b>
<i>Investeringsverksamheten</i>		
Investeringar i materiella anläggningstillgångar	-126,3	-140,7
Försäljning av inventarier	1,1	1,1
Förvärv av långfristiga fordringar	0,1	0,0
<b>Kassaflöde från investeringsverksamheten</b>	<b>-125,1</b>	<b>-139,6</b>
<i>Finansieringsverksamheten</i>		
Utdelning till aktieägare	-262,4	-164,0
<b>Kassaflöde från finansieringsverksamheten</b>	<b>-262,4</b>	<b>-164,0</b>
<b>ÅRETS KASSAFLÖDE</b>	<b>17,6</b>	<b>-115,8</b>
Likvida medel vid årets början	338,4	445,2
Kursdifferens i likvida medel	-8,1	9,0
<b>Likvida medel vid årets slut</b>	<b>347,9</b>	<b>338,4</b>

# KONCERNEN

## BALANSRÄKNING

Mkr	Not	07-04-30	06-04-30
<b>TILLGÅNGAR</b>			
Anläggningstillgångar	12		
<i>Materiella anläggningstillgångar</i>			
Byggnader och mark		279,8	275,0
Inventarier, verktyg och installationer		398,4	348,3
Pågående nyanläggningar		0,5	13,9
<b>Summa materiella anläggningstillgångar</b>		<b>678,7</b>	<b>637,2</b>
<i>Finansiella anläggningstillgångar</i>			
Aktier och andelar		0,1	0,1
Uppskjuten skattefordran	9	4,6	5,2
Långfristiga fordringar		0,1	0,1
<b>Summa finansiella anläggningstillgångar</b>		<b>4,8</b>	<b>5,4</b>
<b>Summa anläggningstillgångar</b>		<b>683,5</b>	<b>642,6</b>
<b>Omsättningstillgångar</b>			
Varulager	13	826,7	749,0
Kundfordringar	14	17,0	13,6
Övriga fordringar		15,6	9,5
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	15	47,0	32,2
Likvida medel	16	347,9	338,4
<b>Summa omsättningstillgångar</b>		<b>1 254,2</b>	<b>1 142,7</b>
<b>SUMMA TILLGÅNGAR</b>		<b>1 937,7</b>	<b>1 785,3</b>

## BALANSRÄKNING

Mkr	Not	07-04-30	06-04-30
<b>EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>			
Eget kapital	17		
<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
Omräkningsdifferenser		-13,8	-0,8
Balanserad vinst inklusive årets resultat		1 208,7	1 085,3
<b>Summa eget kapital</b>		<b>1 367,3</b>	<b>1 256,9</b>
<b>Långfristiga skulder</b>			
Uppskjutna skatteskulder	9	23,0	22,8
Pensionsförpliktelser	18	0,9	0,8
<b>Summa långfristiga skulder</b>		<b>23,9</b>	<b>23,6</b>
<b>Kortfristiga skulder</b>			
Leverantörsskulder		165,7	154,2
Skatteskuld		137,6	142,4
Övriga kortfristiga skulder		25,3	23,7
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	19	201,1	169,0
Övriga avsättningar	20	16,8	15,5
<b>Summa kortfristiga skulder</b>		<b>546,5</b>	<b>504,8</b>
<b>SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>		<b>1 937,7</b>	<b>1 785,3</b>

# MODERBOLAGET

## RESULTATRÄKNING

Mkr	Not	060501 -070430	050501 -060430
	1, 2		
Nettoomsättning	21	3 424,7	2 974,8
Kostnad för sålda varor	4, 21	-2 450,3	-2 153,7
<b>Bruttoresultat</b>		<b>974,4</b>	<b>821,1</b>
Försäljningskostnader	4, 5, 6	-561,5	-505,0
Administrationskostnader	4, 5, 6, 7	-84,9	-68,3
Övriga rörelseintäkter	3	1,0	0,4
Övriga rörelsekostnader	3	-0,7	-2,7
<b>Rörelseresultat</b>		<b>328,3</b>	<b>245,5</b>
<i>Finansiella poster</i>			
Utdelning från koncernföretag	22	159,4	133,3
Ränteintäkter	8	3,5	2,3
Räntekostnader	8	-0,2	-0,3
<b>Resultat efter finansiella poster</b>		<b>491,0</b>	<b>380,8</b>
Bokslutsdispositioner	23	-26,9	-22,0
<b>Resultat före skatt</b>		<b>464,1</b>	<b>358,8</b>
Inkomstskatt	9	-86,7	-64,4
<b>ÅRETS VINST</b>		<b>377,4</b>	<b>294,4</b>
Föreslagen utdelning per aktie, kr (före och efter utspädning)	11	4,50	4,00

## KASSAFLÖDESANALYS

Mkr	060501 -070430	050501 -060430
<i>Den löpande verksamheten</i>		
Rörelseresultat	328,3	245,5
<i>Justering för poster som inte ingår i kassaflödet</i>		
- avskrivningar	54,3	45,3
- resultat från försäljning/utrangering av anläggningstillgångar	0,2	1,7
Erhållna utdelningar	159,4	133,3
Erhållna räntor	4,1	2,3
Erlagda räntor	-0,2	-0,3
Betald skatt	-57,3	-117,8
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapital</b>	<b>488,8</b>	<b>310,0</b>
<i>Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital</i>		
- kundfordringar	-3,9	-2,1
- varulager	-50,2	-140,3
- övriga fordringar	14,0	-20,8
- leverantörsskulder	4,6	-7,6
- andra kortfristiga räntefria rörelseskulder/avsättningar	15,7	23,6
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten</b>	<b>469,0</b>	<b>162,8</b>
<i>Investeringsverksamheten</i>		
Investeringar i materiella anläggningstillgångar	-99,1	-89,9
Försäljning av inventarier	1,1	1,0
Förändring av finansiella anläggningstillgångar	0,1	-3,6
<b>Kassaflöde från investeringsverksamheten</b>	<b>-97,9</b>	<b>-92,5</b>
<i>Finansieringsverksamheten</i>		
Utdelning till aktieägare	-262,4	-164,0
<b>Kassaflöde från finansieringsverksamheten</b>	<b>-262,4</b>	<b>-164,0</b>
<b>ÅRETS KASSAFLÖDE</b>	<b>108,7</b>	<b>-93,7</b>
Likvida medel vid årets början	91,7	185,4
<b>Likvida medel vid årets slut</b>	<b>200,4</b>	<b>91,7</b>

# MODERBOLAGET

## BALANSRÄKNING

Mkr	Not	07-04-30	06-04-30
<b>TILLGÅNGAR</b>			
Anläggningstillgångar	12		
<i>Materiella anläggningstillgångar</i>			
Byggnader och mark		279,6	274,6
Inventarier, verktyg och installationer		287,7	237,4
Pågående nyanläggningar		0,5	13,9
<b>Summa materiella anläggningstillgångar</b>		<b>567,8</b>	<b>525,9</b>
<i>Finansiella anläggningstillgångar</i>			
Andelar i koncernföretag	22	30,4	30,4
Aktier och andelar		0,1	0,1
Långfristiga fordringar		0,0	0,1
<b>Summa finansiella anläggningstillgångar</b>		<b>30,5</b>	<b>30,6</b>
<b>Summa anläggningstillgångar</b>		<b>598,3</b>	<b>556,5</b>
<b>Omsättningstillgångar</b>			
<i>Varulager</i>			
Handelsvaror	13	636,1	585,9
<b>Summa varulager</b>		<b>636,1</b>	<b>585,9</b>
<i>Kortfristiga fordringar</i>			
Kundfordringar	14	12,4	8,5
Fordran på koncernföretag	22	65,6	82,5
Övriga fordringar		0,1	0,5
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	15	25,0	20,9
<b>Summa kortfristiga fordringar</b>		<b>103,1</b>	<b>112,4</b>
Kassa och bank	24	200,4	91,7
<b>Summa omsättningstillgångar</b>		<b>939,6</b>	<b>790,0</b>
<b>SUMMA TILLGÅNGAR</b>		<b>1 537,9</b>	<b>1 346,5</b>

## BALANSRÄKNING

Mkr	Not	07-04-30	06-04-30
<b>EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>			
<b>Eget kapital</b>			
<i>Bundet eget kapital</i>			
Aktiekapital, 65 600 000 aktier med kvotvärde 1,25	17	82,0	82,0
Reservfond		106,8	106,8
<b>Summa bundet eget kapital</b>		<b>188,8</b>	<b>188,8</b>
<i>Fritt eget kapital</i>			
Balanserad vinst		454,9	422,9
Årets vinst		377,4	294,4
<b>Summa fritt eget kapital</b>		<b>832,3</b>	<b>717,3</b>
<b>Summa eget kapital</b>		<b>1 021,1</b>	<b>906,1</b>
<b>Obeskattade reserver</b>			
	25	136,6	109,6
<b>Avsättningar</b>			
Övriga avsättningar	20	10,6	9,7
<b>Summa avsättningar</b>		<b>10,6</b>	<b>9,7</b>
<b>Kortfristiga skulder</b>			
Leverantörsskulder		137,0	132,4
Skatteskuld		73,4	54,9
Övriga kortfristiga skulder		11,8	10,5
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	19	147,4	123,3
<b>Summa kortfristiga skulder</b>		<b>369,6</b>	<b>321,1</b>
<b>SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>		<b>1 537,9</b>	<b>1 346,5</b>
<b>Ställda säkerheter</b>			
	26	67,0	67,0
<b>Ansvarsförbindelser</b>			
	27	81,9	39,8

# FÖRÄNDRING I EGET KAPITAL

## FÖRÄNDRING I KONCERNENS EGET KAPITAL

Mkr	Hänförligt till moderföretagets aktieägare					Summa
	Aktiekapital	Övrigt tillskjutet kapital	Omräkningsdifferenser	Säkringsreserv	Balanserad vinst	
Ingående balans per 1 maj 2005	82,0	90,4	-11,0		897,2	1 058,6
Valutakursdifferenser			10,2			10,2
Kassaflödessäkringar redovisade i eget kapital, efter skatt				5,8		5,8
Kassaflödessäkringar redovisade mot resultaträkningen, efter skatt				-4,8		-4,8
Kassaflödessäkringar inkluderade i varulager				-1,0		-1,0
Summa transaktioner redovisade direkt mot eget kapital	0,0	0,0	10,2	0,0	0,0	10,2
Årets resultat					352,1	352,1
Summa redovisade intäkter och kostnader	0,0	0,0	0,0	0,0	352,1	352,1
Utdelning					-164,0	-164,0
Utgående balans per 30 april 2006	82,0	90,4	-0,8	0,0	1 085,3	1 256,9
Ingående balans per 1 maj 2006	82,0	90,4	-0,8	0,0	1 085,3	1 256,9
Valutakursdifferenser			-13,0			-13,0
Kassaflödessäkringar redovisade i eget kapital, efter skatt				9,1		9,1
Kassaflödessäkringar redovisade mot resultaträkningen, efter skatt				-7,5		-7,5
Kassaflödessäkringar inkluderade i varulager				-1,6		-1,6
Summa transaktioner redovisade direkt mot eget kapital	0,0	0,0	-13,0	0,0	0,0	-13,0
Årets resultat					385,8	385,8
Summa redovisade intäkter och kostnader	0,0	0,0	0,0	0,0	385,8	385,8
Utdelning					-262,4	-262,4
Utgående balans per 30 april 2007	82,0	90,4	-13,8	0,0	1 208,7	1 367,3

## FÖRÄNDRING I MODERBOLAGETS EGET KAPITAL

Mkr	Aktiekapital	Överkursfond	Reservfond	Fritt eget kapital	Summa
Ingående balans per 1 maj 2005	82,0	90,4	16,4	586,9	775,7
Överföring i enlighet med Aktiebolagslag (2005:551)		-90,4	90,4		
Utdelning				-164,0	-164,0
Årets resultat				294,4	294,4
Utgående balans per 30 april 2006	82,0	0,0	106,8	717,3	906,1
Ingående balans per 1 maj 2006	82,0	0,0	106,8	717,3	906,1
Utdelning				-262,4	-262,4
Årets resultat				377,4	377,4
Utgående balans per 30 april 2007	82,0	0,0	106,8	832,3	1 021,1

# REDOVISNINGSPRINCIPER OCH NOTER

Belopp i Mkr om ej annat anges

## NOT 1 REDOVISNINGS- OCH VÄRDERINGSPRINCIPER

### ÖVERRENSSTÄMMELSE MED NORMGIVNING OCH LAG

Koncernredovisningen har upprättats i enlighet med International Financial Reporting Standards (IFRS) utgivna av International Accounting Standards Board (IASB) samt tolkningsuttalanden från International Financial Reporting Interpretations Committee (IFRIC) såsom de har godkänts av EU-kommissionen för tillämpning inom EU.

Moderbolagets årsredovisning är upprättad enligt den svenska årsredovisningslagen (ÅRL) och 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 föranses av begränsningar i möjligheterna att tillämpa IFRS i moderbolaget till följd av den svenska årsredovisningslagen.

### UPPLYSNING OM KOMMANDE STANDARDER

Följande standarder och tolkningar har publicerats men ännu inte trätt i kraft och har inte tillämpats vid upprättandet av de finansiella rapporterna:

Standard eller tolkningsuttalande (ikraftträdandedatum)	
IAS 1	Tillägg – Utformning av finansiella rapporter: Upplysningar om kapital (2007-01-01)
IFRS 7	Finansiella instrument: Upplysningar (2007-01-01)
IFRS 8	Operativa segment* (2009-01-01)
IAS 23	Lånekostnader* (2009-01-01)
IFRIC 9	Omvärdering av inbyggda derivat (2006-06-01)
IFRIC 10	Delårsrapportering och nedskrivningar* (2006-11-01)
IFRIC 11	Återköp av egna aktier och transaktioner mellan koncernbolag* (2007-03-01)
IFRIC 12	Servicekoncessionsarrangemang* (2008-01-01)

\* Dessa standarder/tolkningar är ej antagna av EU vid denna tidpunkt

Av ovanstående standarder bedöms endast IFRS 7 Finansiella instrument komma att ha en inverkan på bolaget, dock endast i form av ytterligare tilläggsupplysningar.

### FÖRUTSÄTTNINGAR VID UPPRÄTTANDET

Moderbolagets funktionella valuta är svenska kronor som även utgör rapporteringsvaluta för moderbolaget och koncernen. Det innebär att de finansiella rapporterna presenteras i svenska kronor. Samtliga belopp, om inte annat anges, är avrundade till närmaste miljontal svenska kronor med en decimal. Tillgångar och skulder är redovisade till historiska anskaffningsvärden förutom vissa finansiella tillgångar och skulder som värderas till verkligt värde.

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, 18 och 20.

### 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 och Clas Ohlson OY. Vid upprättandet av koncernredovisningen har förvärvsmetoden tillämpats. Omräkning av de utländska dotterföretagens bokslut har skett till dagskursmetoden, vilken innebär att tillgångar, skulder och eget kapital omräknats från funktionell valuta till svenska kronor enligt den valutakurs som råder på balansdagen och resultaträkningar till genomsnittlig valutakurs för 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 eget kapital. 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, då vinster/förluster redovisas i eget kapital. 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. Ränteintäkter avser ränta på banktillgodohavanden. Intäkten redovisas i den period som räntan avser. Räntebärande värdepapper värderas löpande till marknadsvärde via resultaträkningen.

### INKOMSTSKATTER

Inkomstskatter utgörs av aktuell skatt och uppskjuten skatt. Inkomstskatter redovisas i resultaträkningen utom då underliggande transaktion redovisas direkt mot eget kapital varvid tillhörande skatteeffekt redovisas mot eget kapital. 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. Värdet på uppskjutna skattefordringar reduceras när det inte längre bedöms sannolikt att de kan utnyttjas. Dessa temporära skillnader har huvudsakligen uppkommit vid avskrivning av anläggningstillgångar, värdering av varulager, avsättningar för pensioner samt hantering av skattemässiga underskott i dotterföretag i Finland. När det gäller det sistnämnda är vår bedömning att vi kommer att kunna utnyttja underskottet till fullt.

### MATERIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR

Materiella 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 materiella anläggningstillgångar. Mark skrivs inte av. Koncernen tillämpar kom-

ponentavskrivning, vilket innebär att komponenternas bedömda nyttjandeperiod ligger till grund för avskrivningen. Följande nyttjandeperioder tillämpas:

Inventarier, verktyg och installationer	3–15 år
Byggnader	25–33 år
Markanläggningar	20 år

Ny- och återanskaffningar aktiveras, medan kostnader för underhåll och reparationer kostnadsföres. Då tillgångar säljs eller utangeras, bortskrivs anskaffningskostnaden och därmed sammanhängande ackumulerade avskrivningar. Eventuell vinst eller förlust resultatföres. Eventuella räntekostnader läggs inte till tillgångarnas anskaffningskostnad utan kostnadsföres när de uppkommer. 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).

#### LEASING

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

#### 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 inkursavsättning har gjorts. I kostnader för varulager ingår överföringar från eget kapital 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

Koncernen klassificerar sina finansiella instrument i följande kategorier: finansiella tillgångar värderade till verkligt värde via resultaträkningen, lånefordringar och kundfordringar, finansiella instrument som hålles till förfall och finansiella tillgångar som kan säljas. Klassificeringen är beroende av för vilket syfte instrumenten förvärvades. Ledningen fastställer klassificeringen av instrumenten vid den första redovisningen och omprövar detta beslut vid varje rapporteringstillfälle.

Köp och försäljningar av finansiella instrument redovisas på affärsdagen – det datum då koncernen förbinder sig att köpa eller sälja tillgången. Finansiella instrument värderas inledningsvis till verkligt värde plus transaktionskostnader, vilket gäller alla finansiella tillgångar som inte värderas till verkligt värde via resultaträkningen. 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. Finansiella tillgångar som kan säljas och finansiella tillgångar värderade till verkligt värde via resultaträkningen redovisas efter anskaffningstidpunkten

till verkligt värde. Undantag är då transaktionerna utgör säkringar som uppfyller villkoren för säkringsredovisning av kassaflöden, då vinster/förluster redovisas i eget kapital (se under rubriken Omräkning av utländsk valuta). Lånefordringar och kundfordringar samt finansiella investeringar som hålles till förfall redovisas till upplupet anskaffningsvärde med tillämpning av effektivräntemetoden. Realiserade och orealiserade vinster och förluster till följd av förändringar i verkligt värde avseende kategorin finansiella tillgångar värderade till verkligt värde via resultaträkningen ingår i resultaträkningen i den period de uppstår.

När det gäller eventuella derivat som inte är ett instrument i en valutasäkring ska förändringar i verkligt värde redovisas över resultaträkningen. Vid säkring av kassaflöde som är kvalificerade för säkringsredovisning, ska förändringar i säkringsinstrumentens verkliga värde redovisas under eget kapital i säkringsreserven, tills underliggande, säkrad post, redovisas, varvid samtidigt alla därtill knutna säkringsposter i eget kapital överförs till resultaträkningen. Clas Ohlson tillämpar löpande under året säkringsredovisning på valutaterminkontrakt i den utsträckning de kvalificerar för säkringsredovisning enligt kraven. Säkringarna avser i samtliga fall kassaflödessäkringar. Vid bokslutstillfället fanns inga utestående valutaterminkontrakt, vilket är oförändrat mot föregående år. För information angående koncernens valutasäkringspolicy, se not 2 under avsnittet Valutarisk.

#### 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

Samtliga incitamentsprogram inom koncernen utbetalas i form av lön eller pensionspremier. Det finns tre olika typer av resultatbaserade löner (bonuslöner). Ett som baserar sig på försäljningen per arbetad timme som används för anställda i butiker och distributionscentral. Två olika som baserar sig på koncernens resultat för koncernens tjänstemän och ledande befattningshavare. Redovisning av ersättningarna sker löpande samt i varje del- och helårsboksutslut. Clas Ohlson har inga optionsprogram till de anställda. När det gäller eventuella avgångsvederlag redovisas en avsättning i de fall där företaget bevisligen är förpliktigt att avsluta en anställning före den normala tidpunkten eller som ett erbjudande för att uppmuntra frivillig avgång.

När det gäller pensioner förekommer både förmånsbaserade och avgiftsbaserade pensionsplaner. I det finska dotterföretaget är pensionsförsäkringarna avgiftsbaserade i sin helhet. I moderbolaget finns både avgifts- och förmånsbestämda pensionsförsäkringar. Den förmånsbestämda ITP-planen (Alecta) hanteras dock som en avgiftsbestämd pensionsförsäkring i enlighet med uttalande från FAR SRS. I det norska dotterföretaget är pensionsförsäkringarna förmånsbestämda och en beräkning av de framtida förpliktelserna 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 pensionsförpliktelsen 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 förstklassiga företagsobligationer med en löptid som motsvarar de aktuella åtagandena. De viktigaste aktuariella antagandena anges i not 18. 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 förpliktelsens nuvärde och förvaltningstillgångarnas verkliga värde redovisas i resultatet över de anställdas genomsnittliga återstående tjänstetid.



## 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.

## 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

En uppdelning har gjorts av primärt respektive sekundärt segment av företagens verksamhet. Avgörande för valet har varit vilka slag av risker och möjligheter som dominerar samt hur företaget är organiserat och hur det interna rapporteringssystemet är uppbyggt. Verksamheten utgörs till fullo av försäljning av produkter inom hus, hem, teknik och hobby varför det räknas som primärt segment. Som sekundärt segment räknas uppdelningen i geografiska kundmarknader. Försäljning mellan segment har ej förekommit. En uppdelning skulle även kunna ske mellan butiker och postorder/internet men då butikerna står för 97 procent av försäljningen är inte denna uppdelning relevant när det gäller segmentsredovisning.

## MODERBOLAGETS REDOVISNINGSPRINCIPER

Moderbolaget har upprättat sin årsredovisning enligt den svenska årsredovisningslagen, ÅRL och Redovisningsrådets Rekommendationer RR 32:05 Redovisning för juridisk person, förutom att man valt att göra förtida tillämpning av punkt 70 i RR 32:06, som gäller undantag från att tillämpa IAS 39 beträffande finansiella garantiavtal till förmån för dotterbolag. 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.

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.

Riskhanteringen sköts av en central finansavdelning (koncernfinans) enligt policys som fastställs av styrelsen. Koncernfinans identifierar, utvärderar och säkrar finansiella risker i nära samarbete med koncernens operativa enheter. Styrelsen upprättar principer såväl för den övergripande riskhanteringen som för specifika områden, såsom valutarisk, användning av derivat samt placering av överlikviditet.

## MARKNADSRISK

### Valutarisk

En betydande del av leverantörsskulden utgör skulder i utländsk valuta och är därmed utsatta för valutarisk. Vid våra inköp används i koncernen terminssäkringar av de viktigaste valutorna för att minska eventuella valutarisker i enlighet med finanspolicyn. Cirka 50 procent av det förväntade flödet ett år framåt valutasäkras i samband med att priserna i huvudkatalogen bestäms. Vid verksamhetsårets slut hade samtliga valutaterminskontrakt utnyttjats.

Ungefär 41 procent av våra inköp görs i andra valutor än den svenska. De vik-

tigaste 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 en tredjedel av försäljningen sker i Norge. Nettoexponeringen mot euro är låg, eftersom vi har en högre försäljning i euro genom vår expansion på den finska marknaden. Nedanstående tabell visar hur rörelseresultatet påverkas av förändringar av de viktigaste valutorna. Observera att tabellen gäller exklusive valutasäkringar. Även den norska kronan valutasäkras efter ovanstående principer.

Valuta	Förändring	Påverkan på rörelseresultat, Mkr
NOK	+/- 5 procent	+/- 45
USD	+/- 5 procent	-/+ 23
HKD	+/- 5 procent	-/+ 12
EUR	+/- 5 procent	+/- 4

Likvida medel är också utsatta för en valutarisk då en betydande del av medlen är placerade i Norge i norska kronor. Av totalt 347,9 Mkr är 200,4 Mkr placerade i Sverige, 135,8 Mkr i Norge och 11,7 Mkr i Finland. Valutasäkringar för att säkra likvida tillgångar eller eget kapital i dotterföretagen används ej.

### Ränterisk

Ränterisken är mycket låg då den genomsnittliga löptiden på bolagets placeringar normalt understiger tre månader. Vid årets slut fanns inga kortfristiga placeringar men de kan förekomma löpande under året. Räntebärande skulder saknas.

### Prisrisk

Prisrisken betecknas som låg då vi handlar från mer än 800 leverantörer. Vidare undviker vi i enlighet med inköspolicy att ingå långsiktiga leveransavtal, för att på så sätt behålla flexibilitet avseende leverantörer och produkter.

## KREDITRISK

Kundfordringarna karaktäriseras 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 två verksamhetsåren vare sig för koncernen eller för moderbolaget.

De kortfristiga placeringarna avser normalt placeringar i företagscertifikat på den svenska räntemarknaden. Förlustrisken är låg då policyn är att välja certifikat med en mycket hög kreditrating. Vid årets slut fanns inga kortfristiga placeringar, men de kan förekomma löpande under året.

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

### NOT 3 ÖVRIGA RÖRELSEINTÄKTER OCH RÖRELSEKOSTNADER

	Koncernen		Moderbolaget	
	2006/07	2005/06	2006/07	2005/06
<i>Övriga rörelseintäkter</i>				
Valutakursdifferenser	1,1	0,5	1,0	0,4
Resultat vid försäljning eller utrangering av materiella anläggningstillgångar	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>Summa</b>	<b>1,1</b>	<b>0,5</b>	<b>1,0</b>	<b>0,4</b>
<i>Övriga rörelsekostnader</i>				
Valutakursdifferenser	0,7	1,2	0,5	1,0
Resultat vid försäljning eller utrangering av materiella anläggningstillgångar	0,2	1,7	0,2	1,7
<b>Summa</b>	<b>0,9</b>	<b>2,9</b>	<b>0,7</b>	<b>2,7</b>

### NOT 4 AVSKRIVNINGAR

Koncernen	2006/07	2005/06
<i>Avskrivningar fördelade per tillgångsslag</i>		
Byggnader och mark	13,8	12,7
Inventarier, verktyg och installationer	61,2	49,8
<b>Summa</b>	<b>75,0</b>	<b>62,5</b>
<i>Avskrivningar fördelade per funktion</i>		
Kostnad för sålda varor	15,7	13,6
Försäljningskostnader	56,9	46,5
Administrationskostnader	2,4	2,4
<b>Summa</b>	<b>75,0</b>	<b>62,5</b>
Moderbolaget	2006/07	2005/06
<i>Avskrivningar fördelade per tillgångsslag</i>		
Byggnader och mark	13,7	12,5
Inventarier, verktyg och installationer	40,6	32,8
<b>Summa</b>	<b>54,3</b>	<b>45,3</b>
<i>Avskrivningar fördelade per funktion</i>		
Kostnad för sålda varor	13,6	11,9
Försäljningskostnader	38,3	31,0
Administrationskostnader	2,4	2,4
<b>Summa</b>	<b>54,3</b>	<b>45,3</b>

### NOT 5 KOSTNADER FÖRDELADE PÅ KOSTNADSSLAG

Lönekostnaderna inklusive sociala kostnader i koncernen har under räkenskapsåret uppgått till 810,4 Mkr (689,9 Mkr) och i moderbolaget till 576,2 Mkr (500,6 Mkr). Avskrivningarna i koncernen har under räkenskapsåret uppgått till 75,0 Mkr (62,5 Mkr) och i moderbolaget till 54,3 Mkr (45,3 Mkr).

### NOT 6 KOSTNADER FÖR ERSÄTTNING TILL ANSTÄLLDA

	2006/07	2005/06
<i>Löner och andra ersättningar</i>		
Moderbolaget	406,4	356,0
Dotterföretag	199,5	160,2
<b>Summa koncernen</b>	<b>605,9</b>	<b>516,2</b>

	2006/07		2005/06	
	Sociala kostnader	varav pensionskostnader	Sociala kostnader	varav pensionskostnader
<i>Sociala kostnader</i>				
Moderbolaget	169,8	32,2	144,6	23,3
Dotterföretag	34,7	10,1	29,1	8,6
<b>Summa koncernen</b>	<b>204,5</b>	<b>42,3</b>	<b>173,7</b>	<b>31,9</b>

Av moderbolagets pensionskostnader avser 12,6 Mkr (3,3 Mkr) gruppen styrelse, VD och vVD. Avtalspensionering har skett av styrelseledamoten Björn Haid med 9,4 Mkr (0 Mkr). Av dotterföretagens pensionskostnader avser 0,6 Mkr (0,6 Mkr) VD i dotterföretag.

I koncernen uppgick årets kostnader för avgiftsbaserade pensioner till 35,6 Mkr (25,5 Mkr) och för förmånsbaserade pensioner till 3,0 Mkr (2,6 Mkr). I moderbolaget förekommer både avgiftsbaserade och förmånsbaserade pensionsplaner. Den förmånsbaserade ITP-planen (Alecta) hanteras som en avgiftsbestämd pensionsförsäkring i enlighet med uttalande från FAR SRS. Årets totala kostnader (inklusive Alecta) uppgick till 28,5 Mkr (19,5 Mkr). Årets kostnader för särskild löneskatt på pensionspremier uppgick till 3,7 Mkr (3,8 Mkr). För mer information när de gäller de förmånsbaserade pensionsplanerna i koncernen, se not 18.

### LÖNER OCH ERSÄTTNINGAR FÖRDELADE PER LAND MELLAN STYRELSELEDAMÖTER MED FLERA OCH ANSTÄLLDA

	2006/07		2005/06	
	Styrelse, VD och vVD	Övriga anställda	Styrelse, VD och vVD	Övriga anställda
Moderbolaget	12,0	394,4	14,1	341,9
– varav tantiem	(2,7)		(3,2)	
Dotterföretag Norge	3,1	155,0	3,0	119,9
– varav tantiem	(0,5)		(0,6)	
Dotterföretag Finland	1,3	40,1	1,2	36,1
– varav tantiem	(0,2)		(0,2)	
<b>Summa koncernen</b>	<b>16,4</b>	<b>589,5</b>	<b>18,3</b>	<b>497,9</b>
– varav tantiem	(3,4)		(4,0)	

Not 6 forts

#### ERSÄTTNINGAR TILL STYRELSE

Till styrelsens ledamöter utgår arvode enligt årsstämans beslut. Görts arbete utöver själva styrelsearbetet för bolagets räkning utgår särskild ersättning för detta. Styrelseledamöter som är anställda i bolaget erhåller ej styrelsearvode. Pension eller övriga incitamentsprogram utgår ej till bolagets styrelse.

Styrelsearvoden i dotterföretag har utgått med 0,2 Mkr (0,1 Mkr) till externa ledamöter. I övrigt har inga styrelsearvoden utgått i dotterföretagen.

	2006/07		2005/06	
	Styrelse arvode	Övriga ersättningar	Styrelse arvode	Övriga ersättningar
<b>Styrelsen</b>				
Styrelsens ordförande	0,4	0,2	0,3	0,1
Övriga bolagsstämvalda styrelseledamöter	1,0	1,7	0,6	3,6
<b>Summa styrelsen</b>	<b>1,4</b>	<b>1,9</b>	<b>0,9</b>	<b>3,7</b>

Årsstämman 2006 beslutade om följande ersättningar: Ordförande 400 000 kr (300 000 kr), ledamot som ej är fast anställd i bolaget 200 000 kr (150 000 kr). Ordförande i styrelsens utskott 100 000 kr, ledamot 50 000 kr.

Ledamoten Björn Haid har, under perioden maj-augusti 2006, erhållit 1,0 Mkr (3,5 Mkr) avseende arbete inom sortimentsutveckling för Clas Ohlsons räkning

Könsfördelning i styrelsen bland de stämvalda ledamöterna har under verksamhetsåret varit fem män och två kvinnor. Fördelningen blir således 71 procent män och 29 procent kvinnor. Föregående år var motsvarande fördelning densamma.

#### ERSÄTTNINGAR TILL LEDANDE BEFATTNINGSHAVARE

Ersättning till verkställande direktören och andra ledande befattningshavare utgörs av grundlön, tantiem och pensionspremier. Med andra ledande befattningshavare avses de åtta personer som tillsammans med den verkställande direktören utgör koncernledning. För sammansättningen, se sidan 71 i den tryckta årsredovisningen.

	2006/07			2005/06		
	Löner	Tantiem	Förmåner	Löner	Tantiem	Förmåner
<b>Löner till ledande befattningshavare</b>						
Verkställande direktör	4,1	2,1	0,2	3,9	2,0	0,2
Andra ledande befattningshavare (8 stycken)	11,3	2,1	0,6	10,4	2,2	0,5
<b>Summa ledningen</b>	<b>15,4</b>	<b>4,2</b>	<b>0,8</b>	<b>14,3</b>	<b>4,2</b>	<b>0,7</b>

	2006/07		2005/06	
	Avgiftsbaserad	Förmånsbaserad	Avgiftsbaserad	Förmånsbaserad
<b>Pensionsavsättning till ledande befattningshavare</b>				
Verkställande direktör	1,9	0,0	1,9	0,0
Andra ledande befattningshavare (8 stycken)	4,0	0,4	4,1	0,4
<b>Summa ledningen</b>	<b>5,9</b>	<b>0,4</b>	<b>6,0</b>	<b>0,4</b>

Enligt anställningsavtalet med verkställande direktören är uppsägningstiden från bolagets sida två år och från verkställande direktörens sida ett år. Under uppsägningstiden utgår gällande lön och förmåner. Pensionsåldern är 65 år och nuvarande pensionspremie motsvarar 1,5 Mkr plus tio basbelopp per år.

Lön och övriga ersättningar till VD beslutas av styrelsen och bereds av ett inom styrelsen utsett ersättningsutskott. Lönen revideras i slutet av varje kalenderår. Tantiem utgår med 1 procent av koncernens resultat före skatt över 78,1 Mkr. Tantiemet är maximerat till en halv årslön. Årets avsättning är beräknad på det maximala beloppet.

Två av de andra ledande befattningshavarna har särskilda avtal avseende uppsägningstider. Vid uppsägning från bolaget sida två år och från den anställdes sida ett år. Under uppsägningstiden utgår gällande lön och förmåner. Lön och övriga ersättningar till VD i dotterföretag beslutas av styrelsen i respektive dotterföretag enligt riktlinjer från styrelsens ersättningsutskott.

För andra ledande befattningshavare beslutas löner och övriga ersättningar av den verkställande direktören med stöd av ersättningsutskottet. När det gäller tantiem till alla befattningshavare beslutas detta av styrelsen. Tantiemet baseras på koncernens nettomarginal och ökar procentuellt enligt en stafflad skala. Reservering av tantiem sker löpande i respektive års bokslut. Samtliga ledande befattningshavare har rätt till årliga pensionspremier med grund enligt gällande ITP-plan. Pensionsåldern varierar mellan 65 och 67 år.

Könsfördelningen bland de ledande befattningshavarna i koncernen har under verksamhetsåret varit åtta män och en kvinna. Fördelningen blir således 89 procent män och 11 procent kvinnor. Föregående år var fördelningen densamma.

Könsfördelningen bland de ledande befattningshavarna i moderbolaget har under verksamhetsåret varit sex män och en kvinna. Fördelningen blir således 86 procent män och 14 procent kvinnor. Föregående år var fördelningen densamma.

Utöver den ordinarie lönen finns tre olika typer av resultatbaserade löner. För medarbetare i butikerna är en betydande del av lönen baserad på försäljningen i respektive butik. Inom företagets distributionscentral används samma lönesystem men här baseras lönen på hela koncernens försäljning. Tjänstemännen har ett bonussystem som baseras sig på koncernens resultat. Ledande befattningshavare har tantiem som baseras på koncernens resultat och nettomarginal. Tantiemen kan maximalt uppgå till cirka 40 procent av årslönen. Under verksamhetsåret uppgick de till cirka 20 procent.

Mer information om beslutsprocesser i koncernen återfinns även på sidan 65 i den tryckta årsredovisningen.

#### NOT 7 ERSÄTTNING TILL REVISORER

	Koncernen		Moderbolaget	
	2006/07	2005/06	2006/07	2005/06
<b>PricewaterhouseCoopers</b>				
Ersättning för revisionsuppdrag	1,6	1,4	1,0	0,8
Ersättning för övriga konsultationer	0,4	0,6	0,3	0,5
<b>Summa</b>	<b>2,0</b>	<b>2,0</b>	<b>1,3</b>	<b>1,3</b>

## NOT 8 FINANSIELLA INTÄKTER OCH KOSTNADER

Finansiella intäkter är fördelade enligt nedan:

Koncernen	2006/07	2005/06
<i>Finansiella tillgångar värderade till verkligt värde via resultaträkningen:</i>		
– verkligt värde-vinster	0,2	0,6
Ränteutgifter	6,9	6,3
<b>Summa koncernen</b>	<b>7,1</b>	<b>6,9</b>

Moderbolaget	2006/07	2005/06
<i>Finansiella tillgångar värderade till verkligt värde via resultaträkningen:</i>		
– verkligt värde-vinster	0,2	0,6
Ränteutgifter	3,3	1,7
<b>Summa moderbolaget</b>	<b>3,5</b>	<b>2,3</b>

Finansiella kostnader är fördelade enligt nedan:

Koncernen	2006/07	2005/06
Räntekostnader	-0,2	-0,4
Moderbolaget	2006/07	2005/06
Räntekostnader	-0,2	-0,3

## NOT 9 INKOMSTSKATT

	Koncernen		Moderbolaget	
	2006/07	2005/06	2006/07	2005/06
<b>Skatt på årets resultat</b>				
Inkomstskatt på årets resultat	151,2	132,9	86,7	64,4
	151,2	132,9	86,7	64,4
<b>Uppskjuten skatt</b>				
Uppskjuten skatt avseende temporära skillnader	0,2	6,0	0,0	0,0
Uppskjuten skatt avseende skattevärde i aktiverade underskottsavdrag	0,6	0,0	0,0	0,0
	0,8	6,0	0,0	0,0
<b>Totalt redovisad skattekostnad</b>	<b>152,0</b>	<b>138,9</b>	<b>86,7</b>	<b>64,4</b>
<b>Avstämning mellan gällande skattesats och effektiv skattesats</b>				
Redovisat resultat före skatt	537,8	491,0	464,1	358,8
Skatt enligt gällande skattesats för moderbolaget 28%	-150,6	-137,5	-129,9	-100,5
Effekt av andra skattesatser för utländska dotterbolag	0,0	0,0	0,0	0,0

<i>Skatteeffekt av:</i>				
Ej avdragsgilla kostnader	-1,4	-1,4	-1,4	-1,2
Ej skattepliktiga intäkter	0,0	0,0	0,0	0,0
Utdelningar från dotterföretag	0,0	0,0	44,6	37,3
<b>Redovisad skattekostnad</b>	<b>-152,0</b>	<b>-138,9</b>	<b>-86,7</b>	<b>-64,4</b>
Gällande skattesats för inkomstskatt, %	28,0	28,0	28,0	28,0
Effektiv skattesats, %	28,3	28,3	18,7	17,9

Koncernen	2006/07	2005/06
<b>Redovisade uppskjutna skattefordringar och skatteskulder</b>		
Inventarier, verktyg och installationer	-2,7	-2,2
Varulager	0,9	0,3
Internvinst i varulager	15,2	8,2
Reserveringar	1,6	1,4
Pensioner	0,3	0,2
Avskrivningar utöver plan	-38,3	-30,7
Underskott i dotterbolag	4,6	5,2
<b>Summa uppskjuten skattefordran (+) uppskjuten skatteskuld (-), netto</b>	<b>-18,4</b>	<b>-17,6</b>
Uppskjuten skattefordran	4,6	5,2
Uppskjuten skatteskuld	-23,0	-22,8

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

Koncernen	Belopp vid årets ingång	Redovisat över resultat-räkningen	Belopp vid årets utgång
<b>Förändring av uppskjuten skatt i temporära skillnader under året</b>			
Inventarier, verktyg och installationer	-2,2	-0,5	-2,7
Varulager	0,3	0,6	0,9
Internvinst i varulager	8,2	7,0	15,2
Reserveringar	1,4	0,2	1,6
Pensioner	0,2	0,1	0,3
Avskrivningar utöver plan	-30,7	-7,6	-38,3
Underskott i dotterbolag	5,2	-0,6	4,6
<b>Summa</b>	<b>-17,6</b>	<b>-0,8</b>	<b>-18,4</b>

## NOT 10 VINST PER AKTIE

	2006/07	2005/06
<i>Resultat per aktie före utspädning</i>		
Årets resultat	385,8	352,1
Genomsnittligt antal utestående aktier	65,6	65,6
<b>Resultat per aktie före utspädning</b>	<b>5,88</b>	<b>5,37</b>
<i>Resultat per aktie efter utspädning</i>		
Årets resultat	385,8	352,1
Genomsnittligt antal utestående aktier	65,6	65,6
<b>Resultat per aktie efter utspädning</b>	<b>5,88</b>	<b>5,37</b>

### RESULTAT PER AKTIE FÖRE OCH EFTER UTSPÄDNING

Beräkningen av resultat per aktie har baserats på årets resultat hänförligt till moderbolagets aktieägare uppgående till 385,8 Mkr (352,1 Mkr) och på ett vägt genomsnitt antal utestående aktier under såväl 2005/06 som 2006/07 uppgående till 65,6 miljoner aktier.

## NOT 11 UTDELNING PER AKTIE

De utdelningar som betalades ut under 2006/07 och 2005/06 uppgick till 262,4 Mkr (4,00 kr per aktie) respektive 164,0 Mkr (2,50 kr per aktie). På årsstämman den 8 september 2007 kommer en utdelning avseende år 2006/07 på 4,50 kr per aktie, totalt 295,2 Mkr, att föreslås. Den föreslagna utdelningen har inte redovisats som skuld i dessa finansiella rapporter.

## NOT 12 ANLÄGGNINGTILLGÅNGAR

	Koncernen		Moderbolaget	
	2006/07	2005/06	2006/07	2005/06
<i>Materiella anläggnings-tillgångar</i>				
<b>Byggnader och mark</b>				
Ingående anskaffningsvärde	346,5	317,9	345,4	316,8
Årets anskaffningar	16,6	23,9	16,6	23,9
Omklassificeringar	2,1	4,7	2,1	4,7
Omräkningsdifferenser	-0,6	0,0		
<b>Utgående ackumulerat anskaffningsvärde</b>	<b>364,6</b>	<b>346,5</b>	<b>364,1</b>	<b>345,4</b>
Ingående avskrivningar	71,5	58,8	70,8	58,3
Årets avskrivningar	13,8	12,7	13,7	12,5
Omräkningsdifferenser	-0,5	0,0		
<b>Utgående ackumulerade avskrivningar</b>	<b>84,8</b>	<b>71,5</b>	<b>84,5</b>	<b>70,8</b>
Utgående planenligt restvärde	279,8	275,0	279,6	274,6
Taxeringsvärde byggnader	80,4	54,6	80,4	54,6
Taxeringsvärde mark	8,5	8,2	8,5	8,2
Bokfört värde mark	5,6	5,2	5,6	5,2

	Koncernen		Moderbolaget	
	2006/07	2005/06	2006/07	2005/06
<i>Inventarier, verktyg och installationer</i>				
Ingående anskaffningsvärde	533,3	412,0	362,7	296,5
Årets anskaffningar	109,2	103,1	82,0	52,3
Omklassificeringar	11,8	28,1	11,8	28,1
Försäljningar och utrangeringar	-32,5	-16,3	-24,2	-14,2
Omräkningsdifferenser	-9,4	6,4		
<b>Utgående ackumulerat anskaffningsvärde</b>	<b>612,4</b>	<b>533,3</b>	<b>432,3</b>	<b>362,7</b>
Ingående avskrivningar	185,0	146,1	125,3	104,0
Årets avskrivningar	61,2	49,8	40,6	32,8
Försäljningar och utrangeringar	-29,5	-13,6	-21,3	-11,5
Omräkningsdifferenser	-2,7	2,7		
<b>Utgående ackumulerade avskrivningar</b>	<b>214,0</b>	<b>185,0</b>	<b>144,6</b>	<b>125,3</b>
Utgående planenligt restvärde	398,4	348,3	287,7	237,4
<i>Pågående nyanläggningar</i>				
Ingående anskaffningsvärde	13,9	33,0	13,9	33,0
Årets anskaffningar	0,5	13,7	0,5	13,7
Omklassificeringar	-13,9	-32,8	-13,9	-32,8
<b>Utgående ackumulerat anskaffningsvärde</b>	<b>0,5</b>	<b>13,9</b>	<b>0,5</b>	<b>13,9</b>
<i>Finansiella anläggnings-tillgångar</i>				
Ingående anskaffningsvärde	5,4	5,7	30,6	27,0
Minskning/ökning av långfristiga fordringar	-0,6	-0,3	-0,1	0,0
Ökning av andelar i koncern-företag			0,0	3,6
<b>Utgående ackumulerat anskaffningsvärde</b>	<b>4,8</b>	<b>5,4</b>	<b>30,5</b>	<b>30,6</b>
Verkligt värde	4,8	5,4	30,5	30,6
<i>Investeringsåtaganden</i>				
Kontrakterade investeringar på balansdagen som ännu inte redovisas i de finansiella rapporterna uppgår till följande belopp:				
Byggnader och mark	0,0	10,0	0,0	10,0
Inventarier, verktyg och installationer	0,0	30,2	0,0	30,2

## NOT 13 VARULAGER

	Koncernen		Moderbolaget	
	2006/07	2005/06	2006/07	2005/06
Handelsvaror	826,7	749,0	636,1	585,9
<b>Summa</b>	<b>826,7</b>	<b>749,0</b>	<b>636,1</b>	<b>585,9</b>
Kostnad för sålda varor	2 474,1	2 144,5	2 450,3	2 153,7
Varav inkurans	26,2	22,3	19,6	18,1

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

## NOT 14 KUNDFORDRINGAR

	Koncernen		Moderbolaget	
	2006/07	2005/06	2006/07	2005/06
Kundfordringar	17,0	13,6	12,4	8,5
Reservering för osäkra fordringar	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>Summa</b>	<b>17,0</b>	<b>13,6</b>	<b>12,4</b>	<b>8,5</b>
Verkligt värde	17,0	13,6	12,4	8,5

## NOT 15 FÖRUTBETALDA KOSTNADER OCH UPPLUPNA INTÄKTER

	Koncernen		Moderbolaget	
	2006/07	2005/06	2006/07	2005/06
Förutbetalda hyror	24,6	21,0	16,4	12,5
Övriga förutbetalda kostnader	17,1	7,5	4,3	5,5
Upplupna ränteutgifter	1,7	1,0	0,8	0,2
Övriga upplupna intäkter	3,6	2,7	3,5	2,7
<b>Summa</b>	<b>47,0</b>	<b>32,2</b>	<b>25,0</b>	<b>20,9</b>

## NOT 16 LIKVIDA MEDEL

Koncernen	2006/07		2005/06	
	Kassa och bank	347,9	338,4	
Svenska räntebärande värdepapper värderade till verkligt värde via resultaträkningen	0,0	0,0		
<b>Summa koncernen</b>	<b>347,9</b>	<b>338,4</b>		

Outnyttjad checkräkningskredit, vilken ej ingår i likvida medel, uppgick vid årets slut i koncernen till 15 Mkr (15 Mkr).

## NOT 17 EGET KAPITAL

Totalt antal stamaktier är 65 600 000 (2005/06: 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 inga utestående aktieoptioner.

Koncernens reserver består enbart av omräkningsdifferenser, vilka uppstått vid omräkning av utländska dotterföretag.

## NOT 18 PENSIONSFRÖPLIKTELSE

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 tryggt försäkrade i försäkringsbolaget Storebrand AS.

Koncernen	2006/07	2005/06
<i>Förpliktelser i balansräkningen för:</i>		
Pensionsförmåner	0,9	0,8
<b>Summa koncernen</b>	<b>0,9</b>	<b>0,8</b>

Koncernen	2006/07	2005/06
<i>Redovisning i resultaträkningen avseende:</i>		
Pensionsförmåner	3,0	2,7
<b>Summa koncernen</b>	<b>3,0</b>	<b>2,7</b>

### Pensionsförmåner

De belopp som redovisas i balansräkningen har beräknats enligt följande:

	2006/07	2005/06
Nuvärde för fonderade förpliktelser	17,9	15,1
Verkligt värde på förvaltningstillgångar	-10,1	-7,9
Oredovisade aktuariella vinster/förluster	-6,9	-6,4
Oredovisade kostnader för tjänstgöring under tidigare år	0,0	0,0
<b>Skuld i balansräkningen</b>	<b>0,9</b>	<b>0,8</b>

De belopp som redovisas i resultaträkningen är följande:

	2006/07	2005/06
Kostnader för tjänstgöring under innevarande år	2,6	2,2
Räntekostnad	0,7	0,6
Förväntad avkastning på förvaltningstillgångar	-0,5	-0,3
Aktuariella nettovinster/förluster redovisade under året	0,2	0,2
Kostnader för tjänstgöring under tidigare år	0,0	0,0
Förluster på reduceringar	0,0	0,0
<b>Summa, ingår i personalkostnader</b>	<b>3,0</b>	<b>2,7</b>

Av den totala kostnaden ingick 0,6 Mkr (0,5 Mkr) i posten Kostnad för sålda varor, 1,2 Mkr (1,1 Mkr) i Försäljningskostnader och 1,2 Mkr (1,1 Mkr) i Administrationskostnader.

Den faktiska avkastningen på förvaltningstillgångar uppgick till 0,4 Mkr (0,4 Mkr).

Not 18 forts

Förändringar i den skuld som redovisas i balansräkningen är som följer:

	2006/07	2005/06
Vid årets början	0,8	1,3
Valutakursdifferenser	0,0	0,1
Summa kostnader redovisade i resultaträkningen	3,0	2,7
Erlagda avgifter	-2,9	-3,3
Vid årets slut	0,9	0,8

De viktigaste aktuariella antagandena som användes var följande:

	2006/07	2005/06
Diskonteringsränta, %	4,5	4,5
Förväntad avkastning på förvaltningstillgångar, %	5,5	5,5
Framtida löneökningar, %	4,0	3,3
Framtida pensionsökningar, %	2,5	2,5
Uppskattad genomsnittlig återstående tjänstetid, år	21	21

#### Avgiftsbestämda planer

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

	2006/07	2005/06
Koncernen	35,6	25,5
Moderbolaget	28,5	19,5

Avtalspensionering har skett av styrelseledamoten Björn Haid med 9,4 Mkr (0 Mkr).

Av koncernens totala kostnad för avgiftsbestämda planer avser 11,9 Mkr (10,7 Mkr) ITP-plan finansierad i Alecta. Alectas överskott kan fördelas till försäkringstagarna och/eller de försäkrade. Vid utgången av 2006 uppgick Alectas överskott i form av den kollektiva konsolideringsnivån till 143,1 procent (2005: 128,5 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 19 UPPLUPNA KOSTNADER OCH FÖRUTBETALDA INTÄKTER

	Koncernen		Moderbolaget	
	2006/07	2005/06	2006/07	2005/06
Upplupna lönekostnader	68,6	45,3	50,2	33,3
Upplupna semesterlönekostnader	75,0	66,0	49,4	47,6
Upplupna sociala avgifter	48,1	42,3	42,2	36,9
Övriga poster	9,4	15,4	5,6	5,5
Summa	201,1	169,0	147,4	123,3

#### NOT 20 ÖVRIGA AVSÄTTNINGAR

Avser avsättningar för garantiåtaganden, outlösta presentkort och öppet köp som alla förväntas tas i anspråk under det nästkommande räkenskapsåret. Avsättningen för beräknade framtida garantiåtaganden motsvaras av årets garantikostnader med beaktande av garantitidens längd. 30 dagars öppet köp gäller i köpvillkoren. Avsättningen för öppet köp är beräknad enligt dessa villkor, med beaktande av bedömd returfrekvens.

	Koncernen		Moderbolaget	
	2006/07	2005/06	2006/07	2005/06
Ingående avsättningar	15,5	12,4	9,7	9,0
lanspråktagande under året	-15,5	-12,4	-9,7	-9,0
Avsatt under året	16,8	15,5	10,6	9,7
Summa övriga avsättningar	16,8	15,5	10,6	9,7
<i>Posternas fördelning:</i>				
Garantiåtaganden	5,5	5,3	3,6	3,5
Öppet köp och outlösta presentkort	11,3	10,2	7,0	6,2
Summa övriga avsättningar	16,8	15,5	10,6	9,7

#### NOT 21 KONCERNINTERNA TRANSAKTIONER

Av moderbolagets fakturerade försäljning avser 1 079,2 Mkr (847,7 Mkr) koncernintern försäljning. Av dessa avser 907,0 Mkr (690,2 Mkr) försäljning till Clas Ohlson AS i Norge och 172,2 Mkr (157,5 Mkr) försäljning till Clas Ohlson OY i Finland. Några inköp från dotterföretagen har ej förekommit.

#### NOT 22 ANDELAR I KONCERNFÖRETAG

Dotterföretaget Clas Ohlson AS i Norge, med organisationsnummer NO 937402198 och med säte i Oslo, 10 000 aktier à nominellt 100 kronor. Ågarandel 100 procent. Bokförd värde 50 475 kronor. Utdelning från det norska dotterföretaget till moderbolaget har skett med 159,4 Mkr (133,3 Mkr).

Dotterföretaget Clas Ohlson OY i Finland, med organisationsnummer FI 1765891-7 och med säte i Helsingfors, 500 000 aktier à nominellt 1 euro. Ågarandel 100 procent. Bokfört värde 30,4 Mkr, varav värde av aktieägartillskott 25,8 Mkr.

#### NOT 23 BOKSLUTSDISPOSITIONER

	2006/07	2005/06
Moderbolaget		
<i>Skilnad mellan bokförda avskrivningar och avskrivningar enligt plan på:</i>		
- inventarier, verktyg och installationer	-27,9	-23,0
- byggnader och mark	1,0	1,0
Förändring av periodiseringsfond	0,0	0,0
Summa moderbolaget	-26,9	-22,0

## NOT 24 KASSA OCH BANK

Moderbolaget	2006/07	2005/06
Kassa och bank	200,4	91,7
Summa moderbolaget	200,4	91,7

Outnyttjad checkräkningskredit, vilken ej ingår i likvida medel, uppgick vid årets slut i koncernen till 15 Mkr (15 Mkr).

## NOT 25 OBESKATTADE RESERVER

Moderbolaget	2006/07	2005/06
<i>Ackumulerad skillnad mellan bokförda avskrivningar och avskrivningar enligt plan på:</i>		
– inventarier, verktyg och installationer	125,8	97,8
– byggnader och mark	10,8	11,8
Summa moderbolaget	136,6	109,6

## NOT 26 STÄLLDA SÄKERHETER

	Koncernen		Moderbolaget	
	2006/07	2005/06	2006/07	2005/06
Likvida medel	7,2	3,2	-	-
Fastighetsinteckningar	23,0	23,0	23,0	23,0
Företagsinteckningar	44,0	44,0	44,0	44,0
Summa säkerheter	74,2	70,2	67,0	67,0

Ovan angivna säkerheter, för egna förpliktelser, är till kreditinstitut och är generell säkerhet för valutaterminskontrakt samt outnyttjade krediter, vilka vid årets slut uppgick till 15 Mkr (15 Mkr) i koncernen och 15 Mkr (15 Mkr) i moderbolaget.

## NOT 27 ANSVARFÖRBINDELSER OCH ÅTAGANDEN

Moderbolaget	2006/07	2005/06
<i>Ansvarförbindelser</i>		
Borgen till förmån för koncernföretag avseende framtida hyresåtaganden	81,9	39,8

### Åtaganden

Samtliga butikslokaler, utom den i Insjön, förhyrs och behandlas som operationell leasing. Bolagets policy är att hyran ska vara fast och inte baseras på butikernas omsättning. Avtalstiden uppgick per 2007-04-30 till i genomsnitt sex år. Avtalade hyresavtal är beräknade enligt 2007 års hyresnivå.

	2006/07	2005/06
Räkenskapsårets hyror och leasingavgifter	76,1	68,0

	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	2011–
Avtalade framtida hyror	85,4	76,7	67,2	59,6	213,2

## NOT 28 TRANSAKTIONER MED NÄRSTÄENDE

Antalet aktieägare i moderbolaget uppgick vid verksamhetsårets slut till 23 903. Störst ägarandel har Clas Ohlsons ättlingar Mary Haid, Johan och Helena Tidstrand med 50 procent av kapitalet och 70 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 29 MEDELANTALET ANSTÄLLDA

	Koncernen		Moderbolaget	
	2006/07	2005/06	2006/07	2005/06
Insjön	473	450	473	450
Övriga butiker i Sverige	658	575	658	575
Summa Sverige	1131	1 025	1131	1 025
– varav kvinnor	(451)	(385)	(451)	(385)
Summa Norge	370	285		
– varav kvinnor	(141)	(102)		
Summa Finland	146	129		
– varav kvinnor	(67)	(60)		
Totalt	1647	1 439	1131	1 025
– varav kvinnor	659	547	451	385

Medelantalet anställda beräknas på totalt antal arbetade timmar i förhållande till total årsarbetstid. För mer information gällande våra medarbetare, se sidan 10 i den tryckta årsredovisningen.



## NOT 30 SJUKFRÅNVARO

	Koncernen		Moderbolaget	
	2006/07	2005/06	2006/07	2005/06
<i>Genomsnittlig sjukfrånvaro, %</i>				
Total sjukfrånvaro	4,1	5,2	4,1	5,0
- varav långtidssjukfrånvaro	37	43	37	43
- varav män	3,1	4,1	3,1	3,9
- varav kvinnor	5,8	7,1	5,8	7,0
- varav anställda -29 år	3,2	4,0	3,0	4,0
- varav anställda 30-49 år	4,8	5,2	4,7	4,9
- varav anställda 50 år-	5,3	8,0	5,3	8,0

## NOT 31 REDOVISNING I SEGMENT

Koncernen	2006/07	2005/06
<i>Primärt segment: försäljning av produkter för hus, hem, teknik och hobby utgör gemensamt primärt segment</i>		
Försäljning	4 101,2	3 567,6
Rörelseresultat	530,9	484,5
Summa tillgångar	1 937,7	1 785,3
Summa skulder	570,4	528,4
Årets investeringar i materiella anläggningstillgångar (se not 12)	126,3	140,7
Årets avskrivningar	75,0	62,5

Koncernen	2006/07	2005/06
<i>Sekundära segment: försäljning per geografisk kundmarknad</i>		
<i>Sverige</i>		
Försäljning, externa kunder	2 345,4	2 127,2
Summa tillgångar	1 390,3	1 209,1
Årets investeringar i materiella anläggningstillgångar	99,1	89,9
<i>Norge</i>		
Försäljning, externa kunder	1 458,2	1 199,0
Summa tillgångar	448,3	477,3
Årets investeringar i materiella anläggningstillgångar	26,5	37,2
<i>Finland</i>		
Försäljning, externa kunder	297,6	241,4
Summa tillgångar	99,1	98,9
Årets investeringar i materiella anläggningstillgångar	0,7	13,6

## NOT 32 HÄNDELSER EFTER PERIODENS SLUT

Inga väsentliga händelser har skett efter balansdagens slut.

Försäljningen under maj uppgick till 313,0 Mkr mot 270,8 Mkr föregående år, en ökning med 16 procent. Försäljningen fördelar sig med 305,0 Mkr (263,4 Mkr) på butiker och 8,0 Mkr (7,4 Mkr) på postorder/internet. Per land fördelar sig 186,4 Mkr (156,3 Mkr) på Sverige, 104,6 Mkr (95,5 Mkr) på Norge och 22,0 Mkr (19,0 Mkr) på Finland. Jämfört med samma period föregående år har tolv butiker tillkommit.

## NOT 33 EVENTUALFÖRPLIKTELSE OCH ÅTAGANDEN

Koncernen har inga eventalförpliktelser.

### Åtaganden

Samtliga butikslokaler, utom den i Insjön, förhyrs och behandlas som operationell leasing. Bolagets policy är att hyran ska vara fast och inte baseras på butikernas omsättning. Avtalstiden uppgick per 2007-04-30 till i genomsnitt sex år. Avtalade hyresavtal är beräknade enligt 2007 års hyresnivå.

Koncernen	2006/07	2005/06			
Räkenskapsårets hyror och leasingavgifter	184,0	149,2			
	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	2011-
Avtalade framtida hyror	201,0	202,3	187,5	173,4	654,0

# ÅRSREDOVISNINGENS UNDERTECKNANDE

Årsredovisningen har upprättats i överrensstämmelse med god redovisningssed för aktiemarknadsbolag, lämnade uppgifter stämmer såvitt känt med faktiska förhållanden och ingenting av väsentlig betydelse har utelämnats som skulle kunna påverka den bild av bolaget som skapats av årsredovisningen.

INSJÖN 2007-06-27

**ANDERS MOBERG**  
Styrelseordförande

**BJÖRN HAID**

**ELISABET SALANDER BJÖRKLUND**

**LOTTIE SVEDENSTEDT**

**URBAN JANSSON**

**CARL-HENRIC ENHÖRNING**

**SÖLWE JOHNSON**  
Arbetstagarrepresentant (Handels)

**TONY DAHLSTRÖM**  
Arbetstagarrepresentant (HTF)

**GERT KARNBERGER**  
Verkställande direktör

Vår revisionsberättelse har avgivits 2007-06-29

PricewaterhouseCoopers AB

**GÖRAN MELIN**  
Auktoriserad revisor

**ANNIKA WEDIN**  
Auktoriserad revisor

Balansräkningarna och resultaträkningarna ska fastställas på årsstämma den 8 september 2007.

# REVISIONSBERÄTTELSE

Till årsstämman i  
Clas Ohlson Aktiebolag (publ)  
Org nr 556035-8672

Vi har granskat årsredovisningen, koncernredovisningen och bokföringen samt styrelsens och verkställande direktörens förvaltning i Clas Ohlson Aktiebolag (publ) för räkenskapsåret 2006-05-01–2007-04-30. Bolagets årsredovisning och koncernredovisning ingår i den tryckta versionen av detta dokument på sidorna 40–62. Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för räkenskapshandlingarna och förvaltningen och för att årsredovisningslagen tillämpas vid upprättandet av årsredovisningen samt för att internationella redovisningsstandarder IFRS sådana de antagits av EU och årsredovisningslagen tillämpas vid upprättandet av koncernredovisningen. Vårt ansvar är att uttala oss om årsredovisningen, koncernredovisningen och förvaltningen på grundval av vår revision.

Revisionen har utförts i enlighet med god revisionsred i Sverige. Det innebär att vi planerat och genomfört revisionen för att med hög men inte absolut säkerhet försäkra oss om att årsredovisningen och koncernredovisningen inte innehåller väsentliga felaktigheter. En revision innefattar att granska ett urval av underlagen för belopp och annan information i räkenskapshandlingarna. I en revision ingår också att pröva redovisningsprinciperna och styrelsens och verkställande direktörens tillämpning av dem samt att bedöma de betydelsefulla uppskattningar som styrelsen och verkställande direktören gjort när de upprättat årsredovisningen och koncernredovisningen samt att utvärdera den samlade informationen i årsredovisningen och koncernredovisningen. Som underlag för vårt uttalande om ansvarsfrihet har vi granskat väsentliga beslut, åtgärder och förhållanden i bolaget för att kunna bedöma om någon styrelseledamot eller verkställande direktören är ersättningskyldig 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 vår revision ger oss rimlig grund för våra uttalanden nedan.

Årsredovisningen har upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och ger en rättvisande bild av bolagets resultat och ställning i enlighet med god redovisningsred i Sverige. Koncernredovisningen har upprättats i enlighet med internationella redovisningsstandarder IFRS sådana de antagits av EU och årsredovisningslagen och ger en rättvisande bild av koncernens resultat och ställning. Förvaltningsberättelsen är förenlig med årsredovisningens och koncernredovisningens övriga delar.

Vi tillstyrker att årsstämman fastställer resultaträkningen och balansräkningen för moderbolaget och för koncernen, disponerar vinsten i moderbolaget enligt förslaget i förvaltningsberättelsen och beviljar styrelsens ledamöter och verkställande direktören ansvarsfrihet för räkenskapsåret.

Falun den 29 juni 2007

PricewaterhouseCoopers AB

**GÖRAN MELIN**  
Auktoriserad revisor

**ANNIKA WEDIN**  
Auktoriserad revisor



- AM
- BIK BOK
- Foto Knudsen
- KjøppART
- THORN
- din skop
- vicusapotek
- LENEY
- VERO MODA
- Tilbords
- BIANCO
- REKVESEN
- TANUM
- LINDEX
- SPRINT
- TICKET
- WENNY
- VINMONPOLET
- FOOTBOLSKOP
- JAGK JONES
- ESTHETIQUE
- OKaidi
- brilleland
- MARKS & SPENCER
- NIKITA
- wedins
- DOCTORS.no
- Oslo City Legecenter
- Edwis
- Accessorize
- Gullåren
- Mytle
- CLAS OHLSON
- BIT
- humac
- BURGER KING
- PRINCESS

# BOLAGSSTYRNING

Styrningen av Clas Ohlson utgår från svensk lagstiftning, främst aktiebolagslagen, noteringsavtalet med Stockholmsbörsen och svensk kod för bolagsstyrning. Vidare följer styrningen bolagsordningen, interna instruktioner och policys samt rekommendationer som utges av relevanta organisationer.

## Svensk kod för bolagsstyrning

Svensk kod för bolagsstyrning tillämpas för alla större bolag som är noterade på Stockholmsbörsen. Syftet är att uppfylla aktieägarnas krav på avkastning, öka effektiviteten och främja förtroendet på aktiemarknaden. Koden bygger på principen "följ eller förklara" vilket innebär att man kan avvika från koden om förklaring kan lämnas till varför avvikelserna skett. Clas Ohlson följer koden och denna rapport är upprättad i enlighet med koden. Bolagsstyrningsrapporten utgör inte en del av den formella årsredovisningen och har inte granskats av bolagets revisorer.

## Bolagsstämma

Det högsta beslutande organet inom koncernen är årsstämman (den ordinarie bolagsstämman) som sedan börsintroduktionen 1999 hittills alltid har hållits på en lördag i början av september i Insjön. Årsstämman utser varje år styrelse och styrelseordförande för Clas Ohlson AB. Med fyra års mellanrum utser den även revisorer för bolaget. 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 [www.clasohlson.com](http://www.clasohlson.com) under finansiell information). Årsstämman har alltid varit mycket välbesökt och den senaste lockade nästan 1 500 deltagare vilket gör den till en av Sveriges största.

## Nomineringsförfarande

Årsstämman beslutar även om vilka som ska ingå i bolagets valberedning. Valberedningens uppgift är att till kommande bolagsstämma, där val av styrelse och revisorer ska ske, komma med förslag på styrelseledamöter och revisorer. Valberedningen består i dagsläget av tre personer varav två är helt oberoende från styrelsen och bolaget. Årets arbete i valberedningen samt en redogörelse av vilka som ingår i denna finns beskrivet på sidan 43 i årsredovisningen.

## Revisorer

Med fyra års mellanrum utser årsstämman revisorer för moderbolaget. Nuvarande revisorer är Göran Melin och Öhrlings PricewaterhouseCoopers (PwC) som företräds av Annika Wedin. Båda är auktoriserade revisorer hos PwC. Göran Melin valdes första gången 1995 och är vald till och med årsstämman 2007. PwC valdes första gången 2004 och är valda till och med årsstämman 2008. Ersättningen för revisionsuppdrag i koncernen har de senaste tre åren uppgått till 1,6 Mkr, 1,4 Mkr

respektive 1,1 Mkr. Ersättningen för övriga konsultationer har de senaste tre åren uppgått till 0,4 Mkr, 0,6 Mkr respektive 0,5 Mkr. Arbetet utöver revision handlar om Clas Ohlson-koncernens anpassning till de nya redovisningsreglerna IFRS samt konsultationer i skattefrågor. Revisorernas oberoende ställning säkerställs dels av revisionsbyråns interna policys, dels av styrelsens riktlinjer som anger vilka uppdrag revisionsbyrån får åta sig utöver revision.

## Styrelse

Clas Ohlsons styrelse består av sju ledamöter som är valda av bolagsstämman. Utöver dessa ingår också två ledamöter och två suppleanter för de fackliga organisationerna inom företaget. Dessa väljs av sin respektive organisation. Den nuvarande styrelsen inklusive VD finns beskriven på sidan 70 i årsredovisningen.

## Styrelsens möten

Direkt efter årsstämman hålls ett konstituerande styrelsemöte där styrelsens arbetsordning fastställs. Vid detta möte utses även firmatecknare för bolaget. Förutom detta möte brukar styrelsen normalt träffas sex gånger under året. En gång per kvartal i samband med offentliggörandet av bolagets ekonomiska rapporter, en gång i juni inför slutförandet av årsredovisningen och en gång under vinterhalvåret för strategiska diskussioner. Strategimötet brukar pågå i två dagar medan övriga möten pågår i en dag. Styrelsen har under verksamhetsåret haft sex ordinarie styrelsemöten och ett strategimöte. En kort sammanfattning av varje styrelsemöte finns på sidan 43 i årsredovisningen.

## Styrelsens arbetssätt

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 deltar även tjänstemän från bolaget som föredragande. Arbetet i styrelsens utskott utgör en viktig del i styrelsearbetet. 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 samt vissa formella frågor såsom kallelseregler och sekretess.

## Arbetsfördelning mellan styrelse och VD

Styrelsen utser verkställande direktör (VD) för bolaget. Arbetsfördelningen mellan denne och styrelsen finns angiven i styrelsens arbetsordning. Bland annat framgår det att styrelsen

är ansvarig för bolagets styrning, tillsyn, organisation, strategier, intern kontroll, budget och policys. Vidare beslutar styrelsen om 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 budgetera 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 även styrelsen löpande information från VD via en månadsrapport. Detta innehåller en resultatrapport för koncernen där försäljningen också är uppdelad per varje enskild butik.

Clas Ohlsons VD och koncernchef Gert Karnberger blir 64 år i september 2007. Under räkenskapsåret har rekrytering av ny VD och koncernchef genomförts för att klara successionen vid kommande pensionsavgång. Styrelsen har utsett Klas Balkow till VD och koncernchef. En närmare beskrivning av Klas Balkow finns på sidan 69 i årsredovisningen. Han började sin anställning 1 juni 2007 och tillträder som VD och koncernchef senast vid kalenderårsskiftet. Nuvarande VD och koncernchef Gert Karnberger kvarstår i sin befattning fram till dess.

### Revisionsutskott

Styrelsen har vid det konstituerande styrelsemötet inrättat ett revisionsutskott bestående av Carl-Henric Enhörning ordförande, Björn Haid och Lottie Svedenstedt. Revisionsutskottet uppfyller de riktlinjer beträffande oberoende som framgår av Svensk kod för bolagsstyrning. Revisionsutskottets svarar för beredning av styrelsens arbete med att kvalitetssäkra den finansiella rapporteringen och arbete med frågor beträffande företagets interna kontroll. Revisionsutskottets ledamöter har sammanträffat med revisorerna vid tre tillfällen under räkenskapsåret för att informera sig om revisionens inriktning och diskutera synen på företagets risker. 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 fyra möten under räkenskapsåret. Närvaron har varit 100 procent. Mötena har protokollförts och avrapporterats på nästkommande styrelsemöte. Bolagets ledning och interncontroller har deltagit på flera av utskottets möten som adjungerade ledamöter. Avrapportering har gjorts beträffande arbete med företagets interna kontroll.

### Ersättningsutskott

Styrelsens, valberedningens och revisorernas arvoden beslutas varje år av årsstämman. Förslag till arvoden har i förväg beredits av valberedningen. Styrelsen beslutar däremot om ersättningen till VD. Ett särskilt ersättningsutskott, som har utsetts av styrelsen, bestående av styrelsens ordförande Anders Moberg och två övriga ledamöter, Elisabet Salander Björklund och Urban Jansson, har under verksamhetsåret arbetat med att ta fram beslutsunderlag för detta. Ersättningsutskottet uppfyller de riktlinjer beträffande oberoende som framgår av Svensk kod för bolagsstyrning. Personalrepresentant i ersättningsutskottet har varit Emma Lindqvist.

Ersättningsutskottet lägger även fram förslag till riktlinjer när det gäller lön och tantiem för övriga ledande befattningshavare inklusive VD i respektive dotterbolag. På motsvarande sätt fungerar beslutsprocessen när det gäller incitamentsprogrammen för samtliga medarbetare. Utskottet har under verksamhetsåret haft två möten. Närvaron har varit 100 procent. Mötena har protokollförts och avrapporterats på nästkommande styrelsemöte.

Ersättningsutskottet har även under verksamhetsåret arbetat med rekryteringen av ny VD och koncernchef för Clas Ohlson. För mer information, se sidan 69.

### Styrelsens sammansättning och närvaro under verksamhetsåret<sup>7</sup>

Ledamot	Invald	Oberoende <sup>1</sup>	Oberoende <sup>2</sup>	Styrelsemöten	Revisionsutskott	Ersättningsutskott
Anders Moberg	2003	Ja	Ja	7/7 <sup>6</sup>		2/2 <sup>6</sup>
Gert Karnberger	1990	Nej <sup>3</sup>	Ja	7/7		
Björn Haid	1990	Nej <sup>4</sup>	Nej <sup>5</sup>	7/7	4/4	
Carl-Henric Enhörning	2005	Ja	Ja	7/7	4/4 <sup>6</sup>	
Lottie Svedenstedt	2004	Ja	Ja	6/7	4/4	
Elisabet Salander Björklund	2000	Ja	Ja	7/7		2/2
Urban Jansson	2005	Ja	Ja	7/7		2/2

<sup>1</sup> Oberoende i förhållande till bolaget och bolagsledningen enligt Svensk kod för bolagsstyrning.

<sup>2</sup> Oberoende i förhållande till större aktieägare i bolaget enligt Svensk kod för bolagsstyrning.

<sup>3</sup> VD och koncernchef.

<sup>4</sup> Har varit anställd 1965–2006.

<sup>5</sup> Clas Ohlsons dotterson, företräder den enskilt störste aktieägaren Mary Haid, se sidan 39.

<sup>6</sup> Ordförande.

<sup>7</sup> De fackliga organisationerna har haft två representanter i styrelsen och en representant i ersättningsutskottet.

För ytterligare information om styrelseledamöter, se sidan 70. Styrelsens arbete beskrivs på sidan 43 respektive 65 och utskotten beskrivs ovan.

### Styrning av dotterföretagen

De två helägda dotterbolagen Clas Ohlson AS i Norge och Clas Ohlson OY i Finland styrs via egna styrelser i respektive land bestående främst av representanter från Clas Ohlson AB i Sverige. Styrelsen i Sverige får på varje möte en rapport från dotterbolagen. I denna ingår även resultat och den finansiella ställningen för respektive bolag.

### Ersättningar

Styrelsens arvode uppgick under verksamhetsåret till 1,8 Mkr i enlighet med årsstämmans beslut. Av arvodet avsåg 0,4 Mkr ersättning för arbete i styrelsens ersättnings- och revisionsutskott. Av styrelsens totala arvode tillföll 0,6 Mkr styrelsens ordförande. För styrelsemedlemmar som är anställda i bolaget utgår inte något arvode.

Valberedningens arvode uppgick under verksamhetsåret till 0,2 Mkr i enlighet med årsstämmans beslut. Av dessa tillföll 0,1 Mkr valberedningens ordförande.

Bolagets VD erhöll under motsvarande period en lön på totalt 6,2 Mkr, varav 2,1 Mkr utgjorde tantiem. Tantiemet till VD motsvarar det maximala beloppet som är en halv årslön mätt per räkenskapsår. Lön till övriga åtta ledande befattningshavare uppgick till 13,4 Mkr varav 2,1 Mkr utgjorde tantiem. För fem av dessa samt till VD tillkommer även förmånen av fri bil. Årsstämman 2006 beslutade om riktlinjer för ersättningar till ledande befattningshavare.

### Avgångsvederlag

Enligt anställningsavtalet med VD är uppsägningstiden från bolagets sida två år och från VD:s sida ett år. Under uppsägningstiden utgår gällande lön, tantiem och förmåner. Även två av de övriga ledande befattningshavarna har motsvarande avtal gällande uppsägningstider.

### Pensioner

Styrelseledamöterna har inga pensionsförmåner för sina styrelseuppdrag.

Pensionsåldern för VD är 65 år och för övriga ledande befattningshavare varierar den mellan 65 och 67 år. VD har en avgiftsbaserad pension till vilken det under året har betalats 1,9 Mkr. Övriga ledande befattningshavare erhåller pensionsrätt med grund enligt den gällande ITP-planen som även omfattar övriga tjänstemän. Utöver detta har kompletterande pensioner erlagts för tre av de andra ledande befattningshavarna.

### Incitamentsprogram

Varje medarbetare har någon form av resultatbaserad lön. Normerna för detta fastställs av styrelsen. För medarbetarna i butikerna och distributionscentralen betalas denna rörliga del ut månadsvis och baserar sig på försäljningen i relation till antal arbetade timmar. Tjänstemännen har ett bonussystem som baserar sig på koncernens resultat och bonusen utbetalas två gånger per år. För ledande befattningshavare utbetalas tantiem som baserar sig på koncernens resultat. Tantiemen

utbetalas en gång per år. Samtliga av Clas Ohlsons incitamentsprogram utbetalas som lön. Ingen anställd har haft någon form av aktierelaterad ersättning.

### Avvikelser mot koden

Clas Ohlson har under verksamhetsåret följt Svensk kod för bolagsstyrning i detalj med undantag för nedanstående punkt:

#### Ordförande i valberedningen

Valberedningens ordförande ska enligt koden inte vara en styrelseledamot. Årsstämman utsåg Elisabet Salander Björklund till ordförande då det bedömdes ge kontinuitet i valberedningens arbete.

## INTERNKONTROLL

### Styrelsens rapport om intern kontroll avseende den finansiella rapporteringen för räkenskapsåret 2006/07

Denna rapport är upprättad i enlighet med svensk kod för bolagsstyrning och den vägledning som framtagits av FAR SRS och Svenskt Näringsliv samt med tillämpning av de anvisningar som kollegiet för svensk bolagsstyrning meddelade den 5 september 2006. Detta innebär i korthet:

- att rapporten är avgränsad till intern kontroll avseende den finansiella rapporteringen
- att rapporten inte är en del av den formella årsredovisningen
- att rapporten är begränsad till en beskrivning av hur den interna kontrollen är organiserad (och inte innehåller något yttrande över hur väl kontrollen fungerat) samt
- att rapporten inte är granskad av bolagets revisorer

Arbetet 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.

### Kontrollmiljö

Kontrollmiljön består av den organisationsstruktur och de värderingar, riktlinjer, policies, instruktioner med mera som organisationen arbetar efter. Ett effektivt styrelsearbete är grunden för god intern kontroll 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 policies 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. Verkställande ledning är ansvarig för att implementera riktlinjer för upprätthållande av god intern kontroll. Fortlöpande pågår ett arbete med att utvärdera bolagets rutiner enligt COSO-

modellen. Verkställande ledning och revisionskommittén 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, i vilken man har identifierat ett antal poster i resultat- och balansräkningen samt processer för framtagande av finansiell information där risken för väsentliga fel bedöms som förhöjd.

Koncernens intäkter består till 97 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. Budget beträffande intäkter och kostnader har fördelats på varje butik och avdelning. Utfallet kontrolleras varje månad mot såväl budget som föregående år. Avvikelser dokumenteras skriftligen via avvikelsesrapporter som går igenom av såväl närmaste chef som verkställande ledning.

Clas Ohlsons tillgångar utgörs till 78 procent av anläggningstillgångar och varulager. 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 särskild 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. Under räkenskapsåret har lager- och lönerutinen utvärderats i enlighet med COSO-modellen.

Under räkenskapsåret har moderbolagets IT-säkerhet reviderats av extern part. Revisionen har omfattat generella IT-kontroller inom utvalda väsentliga områden.

### **Information och kommunikation**

Väsentliga policies, 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 marknaden.

### **Uppföljning**

Bolagsledningen och revisionsutskottet rapporterar regelbundet till styrelsen utifrån fastställda rutiner. Varje månad får styrelsen en resultatrapport för koncernen där försäljning också är uppdelad på varje enskild butik. Vid varje styrelsemöte får styrelsen även en mer utförlig redogörelse och en rapport från dotterbolagen. I denna ingår även resultat och den finansiella ställningen för respektive bolag.

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 och styrelse. En viktig del är att säkerställa att eventuella brister från den externa revisionen åtgärdas.

Två gånger per år träffar hela styrelsen bolagets revisorer för att ta del av den externa revisionen och diskutera aktuella frågor. Utifrån revisorernas rapportering bildar sig styrelsen en uppfattning om den interna kontrollen och riktigheten i den finansiella informationen. Den verkställande direktören deltar inte i eventuella frågeställningar som berör bolagsledningen.

### **Internrevision**

Efter utvärdering under 2006/07 och tidigare år har styrelsen hittills inte funnit anledning att inrätta en internrevisionsfunktion. Under räkenskapsåret har bolagets koncernövergripande controllerfunktion utökats, vilket ytterligare satt fokus på området intern kontroll. Frågan om att inrätta en särskild internrevisionsfunktion kommer att prövas på nytt årligen.

Denna rapport är inte en del av den formella årsredovisningen och har inte granskats av bolagets revisorer.

Insjön 27 juni 2007

Styrelsen



## ORDFÖRANDE HAR ORDET

### Clas Ohlsons styrelse utser ny VD och koncernchef

Bäste aktieägare, 2006/07 var ett strategiskt viktigt år för Clas Ohlson. Efter elva mycket framgångsrika år närmar sig stunden för VD Gert Karnberger att gå i pension. För att ha en god framförhållning i ledningsfrågan genomförde vi i styrelsen en omfattande rekryteringsprocess som startade redan hösten 2006. Intresset för Clas Ohlson visade sig vara mycket stort vilket gjorde processen lång, men var samtidigt mycket givande.

I mars 2007 enades styrelsen om att utnämna Klas Balkow till ny VD och koncernchef för Clas Ohlson. Han kommer närmast från en ledande position inom Axel Johnson-koncernen.

Klas Balkow, 41 år, har varit VD för ett dotterföretag inom Axel Johnson-koncernen, där han ansvarat för Aximage, ett affärsområde som innefattar flera butikskedjor, samt agenturen för Fujifilm i både Sverige och Norge. Dessförinnan var Klas delaktig i uppbyggnaden av Bredbandsbolaget. Han har tidigare under en tioårsperiod haft ett antal ledande befattningar inom Procter & Gamble i både Norden och USA.

Klas Balkows gedigna bakgrund som ledare i företag med starkt kundfokus, har gjort valet av honom naturligt. Vi i Clas Ohlsons styrelse är mycket glada att vi kunnat attrahera Klas till att leda företagets fortsatta internationalisering och ytterligare stärka våra kunderbjudanden såväl i butikerna som på internet.

Klas började sin anställning 1 juni 2007 och tillträder som VD och koncernchef senast vid kalenderårsskiftet 2007/08. Nuvarande VD och koncernchef Gert Karnberger kvarstår i sin befattning fram till dess.



Klas Balkow  
Tillträdande VD och koncernchef

Styrelsens arbete i övrigt har till stor del varit inriktad på företagets fortsatta expansion i Norden, samt nyetableringen i Storbritannien. Det blir inspirerande för hela organisationen att ta steget från att vara en nordisk detaljist till att bli en europeisk. Vi är ju flera i styrelsen som har den erfarenheten.

Övriga prioriterade frågor har bland annat varit socialt ansvar och företagets uppförandekod (Code of Conduct), logistikfrågor, där styrelsen beslutade om en ytterligare utbyggnad av distributionscentralen i Insjön, samt inköpsfrågorna där vi diskuterat framtida strategier.

Vi har även under året, för att ytterligare fokusera på intern kontroll, infört ett revisionsutskott i styrelsen. Genom det har vi också ytterligare effektiviserat våra ordinarie styrelsemöten. Sedan tidigare finns ett ersättningsutskott i styrelsen.

Å styrelsens vägnar vill jag också tacka Gert och alla medarbetare i Clas Ohlson för ett mycket bra arbete och ännu ett framgångsrikt år.

Jag hoppas att även ni aktieägare känner det engagemang och den servicevilja som präglar alla medarbetare i Clas Ohlson. Väl mött på årsstämman i september.

Anders Moberg  
Styrelsens ordförande



# STYRELSE



Från vänster, första raden: Elisabet Salander Björklund, Gert Karnberger, Emma Lindqvist, andra raden: Carl-Henric Enhörning, Urban Jansson, Lottie Svedenstedt, Conny Helgesson, tredje raden: Anders Moberg, Tony Dahlström, Björn Haid och Sölwe Johnson.

## ANDERS MOBERG

Född 1950

Styrelseordförande sedan 2004, ledamot sedan 2003.

Arbetslivserfarenhet: Tillträder som koncernchef i retailföretaget MAF Group i Dubai 1 juli 2007. Tidigare ett antal år på IKEA varav som koncernchef 1986–1999. Divisionschef Home Depot 1999–2002. Koncernchef Royal Ahold 2003–2007.

Övriga styrelseuppdrag: Ledamot i ICA, Husqvarna, DFDS och Velux.

Antal aktier i Clas Ohlson AB: 1 312 000  
Oberoende\*

## GERT KARNBERGER

Född 1943

Verkställande direktör sedan 1996, styrelseledamot sedan 1990.

Arbetslivserfarenhet: VD och koncernchef i Clas Ohlson sedan 1996. Tidigare egen konsultverksamhet med anställda medarbetare inom organisationsutveckling, företagsledning, administration och produktionsutveckling.

Övriga styrelseuppdrag: Vice styrelseordförande i Svensk Distanshandel och Svensk Handel. Ledamot i Svenskt Näringsliv.

Antal aktier i Clas Ohlson AB: 4 000

\* Oberoende i förhållande till bolaget och bolagsledningen respektive större aktieägare i bolaget.

## BJÖRN HAID

Född 1945

Styrelseledamot sedan 1990.

Clas Ohlsons dotterson.

Arbetslivserfarenhet: Sortimentsutveckling på Clas Ohlson under åren 1965–2006.

Antal aktier i Clas Ohlson AB: 226 000

## CARL-HENRIC ENHÖRNING

Född 1943

Styrelseledamot sedan 2005.

Arbetslivserfarenhet: Arbetar på H&M som senior adviser. Började på H&M 1969. Ekonomichef H&M 1970–2001. IR-ansvarig H&M 2001–2005.

Antal aktier i Clas Ohlson AB: 5 000

Oberoende\*

## LOTTIE SVEDENSTEDT

Född 1957

Styrelseledamot sedan 2004.

Arbetslivserfarenhet: Arbetar med egen konsultverksamhet inom organisations- och ledarskapsutveckling. Koncernchef KID Interiör 2006–2007. Affärsområdeschef IKEA of Sweden 1998–2000. VD Inter IKEA Systems AS 1993–1996. Regionchef H&M 1989–1992.

Övriga styrelseuppdrag: Ledamot i Björn Borg AB, Expert ASA, Kid Interiör AS, Stadium AB, Stampen AB och mkt media ab.

Antal aktier i Clas Ohlson AB: 3 300

Oberoende\*

## ELISABET SALANDER BJÖRKLUND

Född 1958

Styrelseledamot sedan 2000

Arbetslivserfarenhet: Arbetar sedan 1995 på Stora Enso, nu som Senior Executive Vice President för Forest Products. Tidigare Domänverket/Assi-Domän 1981–1995.

Övriga styrelseuppdrag: Vice ordförande i Vägverket. Ledamot i Skogsindustrierna, Bergvik AB, Marcus Wallenbergs stiftelse, Kungliga Skogs och Lantbruksakademien, Ingengörsvetenskapsakademien samt ett antal dotterföretag inom Stora Enso.

Antal aktier i Clas Ohlson AB: 3 000

Oberoende\*

## URBAN JANSSON

Född 1945

Styrelseledamot sedan 2005

Arbetslivserfarenhet: Koncernchef Ratos 1992–1998, vice VD Incentive 1990–1992, koncernchef HNJ Intressenter 1984–1990, olika ledande befattningar inom SEB 1972–1984.

Övriga styrelseuppdrag: Ordförande i HMS, Jetpak Group AB, Rezidor Hotel Group, Siemens AB och Tylö. Vice ordförande i Ahlstrom Corp. Ledamot i AddTech, Beckers, Capman, Ferd A/S, Höganäs, SEB och Stockholmsbörsens bolagskommitté.

Antal aktier i Clas Ohlson AB: 10 000

Oberoende\*

## SÖLWE JOHNSON

Född 1950

Arbetslagarrepresentant Handels

Styrelseledamot sedan 1990

Antal aktier i Clas Ohlson AB: 2 000

## TONY DAHLSTRÖM

Född 1964

Arbetslagarrepresentant HTF

Styrelseledamot sedan 2000

Antal aktier i Clas Ohlson AB: 2 000

## Suppleanter

### EMMA LINDQVIST

Född 1976

Arbetslagarrepresentant Handels

Antal aktier i Clas Ohlson AB: 0

### CONNY HELGESSON

Född 1980

Arbetslagarrepresentant Handels

Antal aktier i Clas Ohlson AB: 100

# LEDANDE BEFATTNINGSHAVARE

## **GERT KARNBERGER**

Född 1943  
VD och koncernchef  
VD sedan 1996  
Antal aktier i Clas Ohlson AB: 4 000

## **LARS WALLÉN**

Född 1947  
Vice VD och vice koncernchef  
Anställd sedan 1987  
Antal aktier i Clas Ohlson AB: 2 000

## **MATS BORTAS**

Född 1948  
Inköpschef  
Anställd sedan 1976  
Antal aktier i Clas Ohlson AB: 2 800

## **ROLF ANDERSSON**

Född 1946  
Chef distributionscentral  
Anställd sedan 1989  
Antal aktier i Clas Ohlson AB: 0

## **SUSANNE LÖFÅS-HÄLLMAN**

Född 1964  
Personalchef  
Anställd sedan 2001  
Antal aktier i Clas Ohlson AB: 0

## **BO HEYMAN**

Född 1952  
Etableringschef  
Anställd sedan 1983  
Antal aktier i Clas Ohlson AB: 400

## **MIKAEL PALMBERG**

Född 1966  
Affärsområdeschef Sverige  
Anställd sedan 2005  
Antal aktier i Clas Ohlson AB: 0

## **OLA AURTANDE**

Född 1944  
VD i Clas Ohlson AS, Norge  
Anställd sedan 1992  
Antal aktier i Clas Ohlson AB: 0

## **TAPIO KUITTINEN**

Född 1959  
VD i Clas Ohlson OY, Finland  
Anställd sedan 2002  
Antal aktier i Clas Ohlson AB: 1 000



Stående från vänster: Tapio Kuittinen, Ola Aurtande, Gert Karnberger, Lars Wallén, Rolf Andersson, Mats Bortas och Mikael Palmberg. Sittande: Susanne Löfås-Hällman och Bo Heyman.

# RESULTAT PER KVARTAL

Mkr	2006/2007				2005/2006			
	KV 1 060501 -060731	KV 2 060801 -061031	KV 3 061101 -070131	KV 4 070201 -070430	KV 1 050501 -050731	KV 2 050801 -051031	KV 3 051101 -060131	KV 4 060201 -060430
Försäljning	878,7	1 020,4	1 331,2	870,9	759,4	880,4	1 164,8	763,0
Kostnad för sålda varor	-540,1	-616,0	-788,7	-529,3	-453,3	-524,5	-700,8	-465,9
<b>Bruttoresultat</b>	<b>338,6</b>	<b>404,4</b>	<b>542,5</b>	<b>341,6</b>	<b>306,1</b>	<b>355,9</b>	<b>464,0</b>	<b>297,1</b>
Försäljningskostnader	-210,3	-261,9	-268,7	-255,5	-169,1	-220,0	-238,7	-227,8
Administrationskostnader	-20,2	-30,7	-24,4	-24,7	-17,7	-19,8	-20,6	-22,5
Övriga rörelseintäkter/kostnader	0,0	-0,5	0,6	0,1	-0,6	0,1	-0,2	-1,7
<b>Rörelseresultat</b>	<b>108,1</b>	<b>111,3</b>	<b>250,0</b>	<b>61,5</b>	<b>118,7</b>	<b>116,2</b>	<b>204,5</b>	<b>45,1</b>
Finansnetto	1,9	1,6	1,8	1,6	1,6	1,5	1,5	1,9
<b>Resultat före skatt</b>	<b>110,0</b>	<b>112,9</b>	<b>251,8</b>	<b>63,1</b>	<b>120,3</b>	<b>117,7</b>	<b>206,0</b>	<b>47,0</b>
Inkomstskatt	-30,9	-31,6	-70,4	-19,1	-33,8	-33,2	-57,9	-14,0
<b>Periodens vinst</b>	<b>79,1</b>	<b>81,3</b>	<b>181,4</b>	<b>44,0</b>	<b>86,5</b>	<b>84,5</b>	<b>148,1</b>	<b>33,0</b>
<b>NYCKELTAL FÖR PERIODEN</b>								
Bruttomarginal, %	38,5	39,6	40,8	39,2	40,3	40,4	39,8	38,9
Rörelsemarginal, %	12,3	10,9	18,8	7,1	15,6	13,2	17,6	5,9
Nettomarginal, %	12,5	11,1	18,9	7,2	15,8	13,4	17,7	6,2
Vinst per aktie, kr	1,21	1,24	2,77	0,67	1,32	1,29	2,26	0,50

## 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 genomsnittet av ingående och utgående sysselsatt kapital under året.

### Bruttomarginal

Bruttoresultatet i resultaträkningen i procent av räkenskapsårets nettoomsättning.

### Rörelsemarginal

Rörelseresultat i procent av räkenskapsårets nettoomsättning.

### Nettomarginal

Resultat efter finansiella poster i procent av räkenskapsårets nettoomsättning.

### Avkastning på eget kapital

Årets resultat enligt resultaträkningen i procent av genomsnittligt eget kapital.

### 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.

### Soliditet

Eget kapital vid årets slut i procent av balansomslutningen.

### Resultat 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  
Georgsgatan 23 A  
00100 Helsingfors  
Tel +358 9 584 002 31  
Fax +358 20 111 22 34  
www.clasohlson.fi

## POSTORDER/ INTERNET SVERIGE

Clas Ohlson AB  
793 85 Insjön  
Tel 0247-444 44  
Fax 0247-445 55  
www.clasohlson.se

## POSTORDER/ INTERNET NORGE

Clas Ohlson AS  
Postboks 485  
n-0105 Oslo  
Tel +47 23 21 40 00  
Fax +47 23 21 40 80  
www.clasohlson.no

## SVERIGE

Borås – Knalleland  
Eskilstuna – Cityhuset  
Gävle – Affärshuset Nian  
Göteborg – Bäckebo  
Göteborg – Nordstan  
Göteborg – Partille  
Halmstad – Combihuset  
Helsingborg – Väla centrum  
Insjön – Dalarna  
Jönköping – A6  
Kalmar – Baronen  
Karlstad – Mitt i City  
Kristianstad – Domus-huset  
Linköping – Centrum  
Luleå – Smedjan  
Malmö – Triangeln  
Norrköping – Domino  
Nyköping – Nyckeln  
Skellefteå – Citykompaniet  
Stockholm – Farsta  
Stockholm – Gallerian  
Stockholm – Haninge  
Stockholm – Häggvik  
Stockholm – Kista Galleria  
Stockholm – Nacka  
Stockholm – Skärholmen  
Stockholm – Solna  
Stockholm – Täby  
Stockholm – Väsby  
Sundsvall – Nya hamnen  
Trelleborg – Valen  
Uddevalla – Centrum  
Umeå – MVG  
Uppsala – S:t Per Gallerian  
Västerås – Arosian  
Växjö – Affärshuset Tegnér  
Örebro – Krämarens  
Örnsköldsvik – Magasinet  
Östersund – Mittpunkten

## NORGE

Bergen – Bergen Storsenter  
Bergen – Laguneparken  
Bergen – Sartor  
Bergen – Åsane  
Fredrikstad – Torvbyen  
Gjøvik – CC Mart'n  
Hamar – Maxi  
Haugesund – Oasen Storsenter  
Kristiansand – Sørlandssenteret  
Lørenskog Storsenter  
Moss – Amfi Moss  
Oslo – Alna Senter  
Oslo – Oslo City  
Oslo – Torggata  
Porsgrunn – Down Town  
Sandnes – Kvadrat  
Sandvika Storsenter  
Sarpsborg – Storbymen  
Ski Storsenter  
Strømmen Storsenter  
Trondheim – City Syd  
Trondheim – Solsiden  
Tønsberg – Farmandstredet  
Ålesund – Stormoa

## FINLAND

Esbo – Sello  
Helsingfors – Centrum  
Helsingfors – Kamppi  
Helsingfors – Östra Centrum  
Kuopio – Centrum  
Tammerfors – Centrum  
Vanda – Jumbo  
Vasa – Rewell Center  
Åbo – Forum köpcentrum

För information om butikernas adress och telefonnummer se [www.clasohlson.com](http://www.clasohlson.com)

Produktion: Clas Ohlson AB i samarbete med Sund Kommunikation AB  
Tryck: Strokirk-Landströms AB, Lidköping  
Foto: Lars Dahlström

"VI SKA SÄLJA REJÄLA PRODUKTER TILL LÅGA  
PRISER MED RÄTT KVALITET EFTER BEHOV"

CLAS OHLSON

793 85 Insjön  
Tel: 0247-444 00  
Fax: 0247-444 25  
[www.clasohlson.com](http://www.clasohlson.com)

Organisationsnummer: 556035-8672

**CLAS OHLSON**