

clas ohlson



Årsredovisning 2011/12

Innehåll

Året i korthet	1
VD har ordet	2
Strategisk inriktning	5
Marknadsöversikt	9

Verksamheten	13
Marknadsföring	13
Våra försäljningskanaler	16
Inköp och sortiment	20
Egna varumärken	21
Logistik, IT och säkerhet	22
Risker och osäkerhetsfaktorer	24

Hållbar utveckling	27
Vårt arbete för mänskliga rättigheter och bättre arbetsvillkor	30
Våra värderingar och medarbetare	36
Vårt ansvar för miljön	40
Clas Ohlsons GRI-profil	43

Aktien och ägare	45
------------------	----

Årsredovisning	
Förvaltningsberättelse	48
Bolagsstyrning	50
Fem år i sammandrag	56
Kommentarer	57
Koncernens resultaträkning, totalresultat och kassaflödesanalys	58
Koncernens balansräkning och förändring i eget kapital	59
Moderbolagets resultaträkning, totalresultat och kassaflödesanalys	60
Moderbolagets balansräkning och förändring i eget kapital	61
Redovisningsprinciper och noter	62
Årsredovisningens undertecknande	74
Revisionsberättelse	75

Styrelse	76
Ledande befattningshavare	78
Resultat per kvartal	80
Definitioner	80
Adresser	81



1918-1919



1921-1922



1922-1923



1925-1926



1927-1928



1929-1930



1931-1932



1932-1933



1937-1938



1941-1942



1947-1948



1950-1951



1953-1954



1955-1956



1958-1959



1960-1961



1965-1966



1969-1970



1971-1972



1973-1974



1977-1978



1980-1981



1982-1983



1985-1986



1986-1987



1989-1990



1992-1993



1996-1997



1998-1999



2001-2002



2005-2006



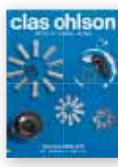
2007-2008



Höst & Vinter 2008-09



Vår & Sommar 2009



Höst & Vinter 2009-10



Vår & Sommar 2010



Höst & Vinter 2010-11



Vår & Sommar 2011



2011-2012

**Kataloger
i urval
från 1918
till 2012**

Stolta traditioner och rötter i Insjön



Clas Ohlson etablerade 1918 sin första butik i en liten faluröd stuga på 25 kvadratmeter i Insjön. Butiken har flyttats och expanderat under åren och i maj 2010 invigdes vad som i folkmun kallas för "Mega-Clas" alldeles nära ursprungslokalen. Idag är världens första Clas Ohlson-butik också världens största, med ny modern butiksinredning och 3200 kvadratmeter fyllda med produkter, inspiration och lösningar på praktiska problem. I Insjön finns också en av Nordens mest moderna och effektiva distributionscentraler med kapacitet att hantera ett växande varuflöde till våra butiker i Sverige, Norge, Finland och Storbritannien samt till våra distanshandelskunder.

Clas Ohlson når allt

Kort fakta om Clas Ohlson

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

Vårt huvudkontor, basen för all distribution samt den första och största butiken ligger i grundarens hemby Insjön i Dalarna.

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

Vårt sortiment består av 15000 produkter inom kategorierna Bygg, Hem, Multimedia, El och Fritid. Vi erbjuder också reservdelar som förlänger livslängden på produkter.

Våra kunder kan handla hos oss via våra 157 butiker i Sverige, Norge, Finland och Storbritannien, via e-handel, katalog och telefon.

Clas Ohlson-andan bygger på ett stort och ärligt engagemang i kunder och medarbetare. Lika viktigt är att vi är aktiva i miljö- och samhällsfrågor.

Clas Ohlson har vuxit och gått med vinst varje år sedan 1918. Idag är vi 3920 anställda och har en total försäljning på 6,3 miljarder kronor om året.

fler kunder



Sverige

Startår 1918. Antal butiker: 68, varav 7 nyöppnade under verksamhetsåret. Antal medarbetare: 2004 (1 992, 2010/11). Försäljning: 2 929 Mkr (2 872 Mkr, 2010/11).

Norge

Startår 1985. Antal butiker: 56, varav 6 nyöppnade under verksamhetsåret. Antal medarbetare: 1 241 (1 193, 2010/11). Försäljning: 2 561 Mkr (2 281 Mkr, 2010/11).

Finland

Startår 2002. Antal butiker: 21, varav 4 nyöppnade under verksamhetsåret. Antal medarbetare: 327 (286, 2010/11). Försäljning: 517 Mkr (447 Mkr, 2010/11).

Storbritannien

Startår 2008. Antal butiker: 12, varav 1 nyöppnad under verksamhetsåret. Antal medarbetare: 301 (454, 2010/11). Försäljning: 254 Mkr (228 Mkr, 2010/11). Läs mer om vår utveckling i Storbritannien på sid 19.

Kina

I Shanghai och Shenzhen ligger Clas Ohlsons inköps- och CSR-kontor. Verksamheten i Kina etablerades 2008 för att stärka Clas Ohlsons inköpsverksamhet och att öka andelen inköp utan mellanhänder. Genom att komma närmare våra leverantörer och tillverkare kan vi sänka våra inköpskostnader och öka kontrollen av att vår uppförandekod följs. Antal medarbetare: 47 (38, 2010/11).

Några viktiga steg under året



Clas Ohlson öppnade under verksamhetsåret 18 nya butiker. I Finland öppnades fyra nya butiker och allt fler människor i Finland upptäcker fördelarna med att handla på Clas Ohlson.



Expansionen i Storbritannien fortsatte under verksamhetsåret med en ny butik i Newcastle. Totalt hade Clas Ohlson 12 butiker i Storbritannien vid verksamhetsårets slut och når därmed en tredjedel av landets befolkning på 30 minuters avstånd med bil.



Uppföljning av Clas Ohlsons uppförandekod hos tillverkare och leverantörer är en viktig del av företagets inköpsarbete. Under verksamhetsåret gjordes över 600 fabriksrevisioner av Clas Ohlsons CSR-revisorer som arbetar på inköpskontoren i Shanghai och Shenzhen.



Clas Ohlson lanserade under våren och sommaren 2012 en ny e-handelsplattform som ska ge ännu större tillgänglighet, service och inspiration till våra kunder.

Med Europa i sikte



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

Under verksamhetsåret växte vi med 7 procent i en generellt svag detaljhandelsmarknad i våra verksamhetsländer. Rörelseresultatet uppgick till 561 Mkr vilket var en ökning med 11 procent jämfört med föregående år. Bruttomarginalen ökade till 42,1 procent och kassaflödet stärktes väsentligt under perioden.

Clas Ohlson har under året fått ett antal nya utmärkelser, bland annat bästa kundtjänst (Market), Sveriges näst starkaste varumärke inom detaljhandeln (GfK) samt utmärkelsen bäst i branschen i en undersökning om hållbarhet (Sustainable Brands Image Survey 2012).

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

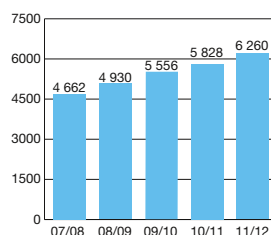
Året i korthet

- Försäljningen uppgick till 6260 Mkr (5828), +7 %
- Rörelseresultatet uppgick till 561 Mkr (507), +11 %
- Resultat efter skatt uppgick till 400 Mkr (364), +10 %
- Vinst per aktie uppgick till 6,29 kr (5,71), +10 %
- Utdelningen föreslås till 4,25 kr per aktie (3,75)
- Etablering av 18 nya butiker

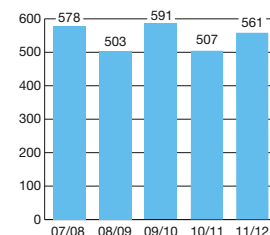
Nyckeltal	2011/12	2010/11	Förändring
Nettoomsättning, Mkr	6260	5828	+7 %
Rörelseresultat, Mkr	561	507	+11 %
Resultat före skatt, Mkr	551	499	+10 %
Resultat efter skatt, Mkr	400	364	+10 %
Rörelsemarginal, %	9,0	8,7	+0,3
Avkastning på eget kapital, %	23,1	22,5	+0,6
Avkastning på sysselsatt kapital, %	27,9	24,6	+3,3
Soliditet, %	60,3	51,5	+8,8
Vinst per aktie, kr	6,29	5,71	+10 %
Utdelning per aktie, kr	4,25*	3,75	+/-13 %
Totalt antal butiker	157	139	+13 %
Antal årsanställda	2370	2219	+7 %

* Föreslagen utdelning

Försäljning, Mkr



Rörelseresultat, Mkr



Kalendarium

Delårsrapport första kvartalet	5 september 2012
Årsstämma för verksamhetsår 2011/12	8 september 2012
Halvårsrapport	12 december 2012
Delårsrapport tredje kvartalet	12 mars 2013
Bokslutskommuniké för verksamhetsår 2012/13	12 juni 2013

VD har ordet

För Clas Ohlson har verksamhetsåret 2011/12 varit ett år då vi fortsatt att utveckla och stärka Clas Ohlson mot vår europeiska vision. Vi har aldrig varit starkare på våra hemmamarknader och vi är övertygade om att vi har en affärsidé och ett koncept som fungerar bra också utanför våra nordiska marknader. Men vi behöver hela tiden skruva på och förbättra vårt erbjudande för att inte tappa fart i en marknad som förändras i snabb takt – ett arbete som givit resultat. Clas Ohlson fortsätter att ta marknadsandelar, vår tillväxt var 7 procent och vinsten per aktie ökade med 10 procent. En utveckling som skall sättas i perspektiv mot att det gångna verksamhetsåret kännetecknats av en osedvanligt svag allmän detaljhandelsmarknad.

Hög energinivå

Dags att summera ett händelserikt verksamhetsår!

Under mina år i Clas Ohlson har jag aldrig sett så mycket energi och aktivitet i företaget som under det gångna verksamhetsåret. Tempot i arbetet med att vrida och vända på varje detalj för att göra vårt kunderbjudande ännu bättre och mer attraktivt har varit högt. Små och stora insatser görs kontinuerligt i hela kedjan från inköp av varor till mötet med kunden och allt däremellan. Nya idéer stöts och blöts varje dag för hur vi kan bli lite bättre, lite vassare.

Det här arbetet är långsiktigt och nödvändigt för att vi ska stå starka också om några år. Detaljhandelsmarknaden är just nu inne i en period av snabb förändring som ytterligare har accentuerats av den generellt svaga detaljhandelsmarknaden som sätter ytterligare press. På en rad områden sker förändringar som vi måste förhålla oss till och som ställer krav på anpassning och utveckling.

Attraktivt kunderbjudande

Grunden är självklart att ha ett attraktivt och relevant kunderbjudande till rätt pris. Clas Ohlsons idé är att göra det lätt för människor att lösa de praktiska problemen i vardagen. Annorlunda uttryckt: det som brukar finnas på "att-göra-listan" hemma på kylskåpsdörren i de flesta hem. Det kan vi hjälpa till med genom att erbjuda ett brett sortiment med prisvärda produkter som tar hänsyn till både människa och miljö, utmärkt service med hjälp av kunniga och hjälpsamma medarbetare, inspirerande butiker som finns där människor rör sig i vardagen och som är roliga att besöka, låta att hitta i och möjlighet att handla och få tips och råd via e-handel, katalog och telefon.

Multikanal – flera säljkanaler att knyta kunderna närmare

Det sker också en snabb förflyttning i fråga om hur vi som konsument köper varor och tjänster. Den viktigaste förklaringen här är ny teknik och de möjligheter den skapar. Datorn, surfplattan och telefonen blir i snabb takt allt viktigare verktyg för att planera och genomföra inköp av varor och tjänster. Utvecklingen av nya beteenden och köpmönster går i ett högt tempo och nya krav på bekvämlighet, service och lättillgänglighet ställs från kundernas håll.

För att möta denna utveckling har vi utvecklat och lagt mycket energi på vår multikanalstrategi under det gångna året. Det innebär att vi förstärker vår e-handel, och att vi i lika hög utsträckning skapar ett sammanhängande erbjudande med våra butiker för att knyta kunderna närmare oss och stärka vårt varumärke. Vi kan använda webben för att inspirera, ge fler förslag på smarta lösningar, erbjuda ett ännu bredare sortiment och att även i övriga avseenden förbättra servicen till kunderna.

Under det år som gått har vi lanserat vår nya e-handel i Sverige och Norge och mottagandet har varit gott. Lansering i Finland och Storbritannien planeras under sommaren 2012 och är en viktig komplettering av vårt erbjudande på dessa marknader. Med en ny e-handel får vi också en ny och kostnadseffektiv möjlighet att gå in på nya marknader. Genom att initialt etablera e-handel på en ny marknad kan vi börja bygga upp vårt varumärke och får snabb återkoppling på vårt sortimentserbjudande. Över tid är vi samtidigt tydliga med att vårt koncept fungerar bäst när vi erbjuder flera kanaler där både butiker, telefon och e-handel kompletterar varandra.

Med den multikanalstrategin kommer vi nära oss de tysktalande länderna i Europa som vi identifierat som nästa steg i vår expansion. Vi har identifierat att det finns ett behov av det vi har att erbjuda och att vi kan ta en position på dessa marknader. Vi har beslutat oss för att starta vår förberedelse för nästa marknad genom att börja med översättningar på produkter och bruksanvisningar till tyska. Dessa förberedelser tar tid och en lansering kan komma att ske tidigast år 2013/14.

Sortimentet utvecklas och vi effektiviserar våra inköp

Under det gångna verksamhetsåret har vi också lagt mycket kraft på att vidareutveckla vårt sortiment. Inte minst när det gäller våra egna varumärken där vi både stärkt kvaliteten och pressat våra priser. Just mixen mellan våra egna och andras varumärken är en av våra styrkor där kunden ges stora valmöjligheter. I dag är 25 procent av de produkter vi säljer egna varumärken och vi ser potential att långsiktigt öka denna andel ytterligare.

Vi har också lanserat vårt reservdelslager via e-handeln och erbjuder fler än 9 000 artiklar. Denna satsning kommer att kunna spela en stor roll för att hjälpa kunderna att förlänga livet på de varor som de har handlat hos oss. Vi ser också det här som ett steg framåt för vårt hållbarhetsarbete - vi gillar slit, men inte släng!

Vi har under året byggt upp vårt andra inköpskontor i Kina i Shenzhen. Våra inköpskontor gör att vi kan fortsätta pressa inköpskostnaderna genom färre mellanhänder, vilket kommer kunderna till del i mer attraktiva priser och förbättrade marginaler för företaget.

Hållbarhet i fokus

Med egna kontor i Kina har vi också kunnat ta stora steg framåt i vårt hållbarhetsarbete med uppföljning av vår uppförandekod i leverantörskedjan. Vi genomför nu över 400 revisioner varje år hos våra tillverkare och har en bra process på plats och en konstruktiv dialog för att säkerställa att våra tillverkare uppfyller våra krav. Tillsammans med våra leverantörer identifierar vi förbättringsområden för att öka hållbarheten för människor och miljö. Vi kan konstatera att det sker en utveckling i rätt riktning men vi får vara ödmjuka inför att det är ett komplext arbete som kräver ett långsiktigt förbättringsarbete. Men vi har högt ställda mål och lär oss mer för varje år.

Utöver uppföljning av våra leverantörer har vi under året effektiviserat utleveranserna till våra butiker som inneburit minskade koldioxidutsläpp och även lägre kostnader. Samma effekter har vi även uppnått i butikerna genom smartare belysning som bland annat sänkt energiförbrukningen.

Hållbarheten är i fokus för oss på Clas Ohlson och något som genomsyrar hela företaget. Även om vi har mycket kvar att utveckla så är det ändå glädjande att få ett kvitto att vi även här är på rätt väg. I år fick vi utnämningen av våra svenska konsumenter för branschbäst inom hållbarhet på den svenska marknaden.

Vi stödjer den internationella satsningen UN Global Compact för att tillsammans med andra företag och organisationer verka för en hållbar utveckling. Vi har också inlett ett långsiktigt samarbete med Rädda Barnen där vi deltar i olika projekt i Asien för att förbättra villkoren för barn och ungdomar.

Våra marknader

Vi kan återigen konstatera att vi aldrig varit starkare på våra hemmamarknader i Sverige och Norge. Ekonomierna i Sverige och Norge har klarat sig bättre än i de flesta andra länder i Europa, men hushållen är försiktiga även här. Vi har valt att förtäta med fler butiker på dessa marknader vilket gör att vi idag når fler kunder än tidigare och ökar våra marknadsandelar. Något som givit resultat både vad gäller omsättning och intjäning.

Glädjande är även att vår verksamhet i Finland fortsätter att utvecklas positivt. Vi är medvetna om att det tar tid att etablera Clas Ohlson på nya marknader då vi har ett unikt koncept som våra kunder på nya marknader behöver lära känna. I Finland börjar detta nu ske i en allt snabbare takt då vi både stärker vårt varumärke och närvaro hos våra finska konsumenter. Vår tillväxt i framför allt de äldre butikerna utvecklas allt mer positivt och vi har ökat expansionstakten av nya butiker i Finland.

Storbritannien är den marknad som haft den svåraste utvecklingen. Storbritannien har genomdrivit ett antal tuffa ekonomiska åtgärder som slår hårt mot konsumtionen. Marknadssituationen i Storbritannien gör att vi håller igen på butiksexpansionen och satsar på att vidareutveckla våra befintliga 12 butiker. Vi ser också möjligheter med lanseringen av vår e-handel för att nå fram till britten på ett nytt sätt och stärka vårt varumärke. Förr eller senare vänder marknadsutvecklingen i Storbritannien och då är vi på plats och redo att öka vår expansionstakt.



Långsiktigt förändringsarbete som ger resultat

När vi summerar verksamhetsåret kan vi konstatera att vi har ökat våra marknadsandelar på samtliga marknader och ökat vår omsättning med 7 procent till 6,3 miljarder. Vi har genom bland annat vårt inköpsarbete förstärkt vår bruttomarginal och genom god kostnadskontroll ökat rörelseresultatet under året med 11 procent till 561 miljoner kronor. Rörelsemarginalen förbättrades till 9 procent. Den svaga allmänna marknadsutvecklingen påverkade våra möjligheter att nå våra långsiktiga finansiella mål avseende både försäljnings-tillväxt och vinstmarginal.

Utöver dessa nyckeltal har vi arbetat intensivt med att styra vårt lager på ett så effektivt sätt som möjligt. Även detta arbete har fått genomslag genom att vi ökat vår omsättnings-hastighet av vårt lager, såväl på vår distributionscentral som i våra butiker. Detta har bidragit till ett förbättrat kassaflöde och en stark finansiell ställning.

Ett stort tack till våra medarbetare, kunder och ägare

På det hela taget, kan vi summera det gångna året som ett positivt år för Clas Ohlson med ökad omsättning och intjäning. Vi har stått emot bra i snålblåsten från den ekonomiska turbulens som skapat oro i hela Europa och har respekt inför de utmaningar som sker ute i vår omvärld. Samtidigt ser vi med stor tillförsikt framtiden an. Vi står stadigt på god finansiell grund och ser stora möjligheter att stärka vår position i en föränderlig detaljhandelsmarknad.

Jag vill avsluta med att rikta ett varmt tack till alla medarbetare för det fantastiska jobb som ni lägger ner på att, steg för steg, ta Clas Ohlson till nästa nivå samt även tacka våra kunder och aktieägare för fortsatt förtroende!

Klas Balkow

VD och Koncernchef Clas Ohlson
Insjön i juni 2012



Strategisk inriktning

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

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

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

Affärsidé

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

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

Vision och mål

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

Försäljningstillväxt lägst 10 procent

Koncernens långsiktiga målsättning är en årlig försäljningstillväxt på lägst 10 procent. Målet mäts som genomsnittlig årlig ökning i försäljningen under fem år. Tillväxtmålet ska uppnås genom ökad försäljning i befintliga säljkanaler och genom fortsatta nyetableringar på såväl befintliga som nya marknader. Under verksamhetsåret 2011/12 ökade försäljningen med 7 procent. Försäljningstillväxten för den senaste femårsperioden har i genomsnitt legat på 9 procent.

Rörelsemarginal lägst 10 procent

Målet för lönsamheten är en rörelsemarginal om lägst 10 procent. Under de kommande åren beräknas etablering på nya marknader (för närvarande Storbritannien) att belasta Clas Ohlsons rörelsemarginal med upp till 2-3 procentenheter under ett verksamhetsår. Tillväxten på nya marknader i Europa ska ske i enlighet med de långsiktiga finansiella målen. Under verksamhetsåret 2011/12 uppgick rörelsemarginalen till 9,0 procent. För den senaste femårsperioden har den genomsnittliga rörelsemarginalen uppgått till 10,2 procent.



BackTrack GPS-kompass. Enkel elektronisk GPS-kompass för skogs promenaden, skidturen etc. Spara din utgångspunkt i GPS-kompassen och navigera sedan tillbaka med hjälp av displayen som visar både riktning och avstånd till utgångspunkten. Minne för upp till fyra olika utgångspunkter. Kan även användas som endast kompass. Bakgrundsbelyst display med klocka och termometer.
36-3761

Strategier

Ett prisvärt och attraktivt sortiment

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

Hög service

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

Lättillgängligt och inspirerande

Vi ska finnas i attraktiva lägen där människor rör sig i sin vardag och via e-handel, katalog och telefon. Kunden ska uppleva att det är smidigt och inspirerande att lösa vardagens praktiska problem hos oss genom de olika försäljnings- och kommunikationskanaler vi erbjuder. Våra butiker ska företrädesvis ligga i starka centrala köpcenter eller i attraktiva externa butikslägen som komplement till våra citybutiker. Under verksamhetsåret öppnades 18 nya butiker jämfört med 19 föregående år.

Ansvar för människa och miljö

Vi tar ansvar för vår egen verksamhet och vår påverkan på människa och miljö. Vi ställer krav på våra leverantörer gällande arbetsvillkor, arbetsmiljö och miljöpåverkan. Clas Ohlson engagerar sig också i viktiga samhällsfrågor och stödjer lokala föreningar och ändamål i Dalarna där företaget har sina rötter. Vi stödjer också några utvalda nationella eller internationella ideella organisationer där vi kan vara med och bidra i ett större sammanhang i de länder där vi har verksamhet.



Pulsmätare för smartphone. Håll koll på pulsen direkt i din smartphone! Pulsmätande bröstband och mottagare med hörlursingång. Medföljande runtastic-app med ett stort antal funktioner som hjälper dig optimera träningen. Passar iPhone, Android, BlackBerry och Windows Phone 7. Ej originaltillbehör.
31-5054

Delmål

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

Förstärka varumärket Clas Ohlson

Varumärket Clas Ohlson är ett av de starkaste varumärkena inom detaljhandeln i Sverige och Norge (läs mer på sid 13-14). I Finland har kännedomen ökad väsentlig under året (från 78 procent till 85 procent), bland annat till följd av 4 nya butiker. I Storbritannien är kännedomen väsentligt lägre (14 procent i vår första mätning), vilket beror på att företaget haft verksamhet där under kortare tid. Varumärket ska stärkas ytterligare genom fortsatt utveckling av företagets försäljningskanaler och marknadsföring, inte minst på nya marknader där företaget inte är känt sedan tidigare.

Anpassa och utveckla sortimentet

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. Bredden i sortimentet är en av våra tydliga konkurrensfördelar och ska fortsätta att utvecklas. Det kommer att bli en större variation mellan katalog, e-handel och butik, bland annat för att kunna arbeta mer med säsongsinriktat sortiment och beställningsvaror. Vi ger ut en huvudkatalog per år på hösten som kompletteras med andra kanaler, huvudsakligen e-handel där priser och sortiment kan uppdateras löpande.

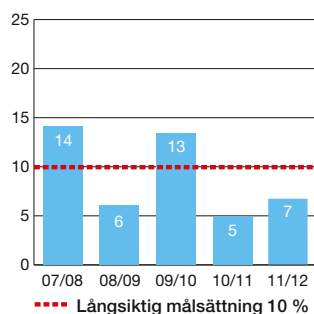
Årets katalog innehöll nästan 2 100 nya produkter jämfört med 2 250 föregående år. Detta innebär att 14 procent av katalogsortimentet har förnyats sedan föregående år.

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

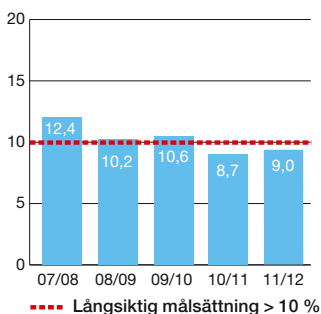
Hög servicegrad

Servicegraden i både butik och distanshandel är hög. Detta är möjligt genom integrerade och automatiserade logistik- och försäljningssystem. Vår erfarenhet är att servicegraden i butikerna, det vill säga att varan finns i butiken när kunden vill köpa produkten, överstiger 95 procent.

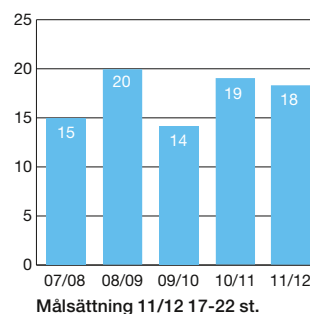
Försäljningstillväxt, %



Rörelsemarginal, %



Antal nya butiker



Lageromsättningshastighet

Lager binder kapital, vilket innebär att en hög lageromsättningshastighet är ett viktigt effektivitetsmått. Målet är en lageromsättningshastighet på 6-7 gånger i distributionscentralen. Under verksamhetsåret uppgick distributionscentralens lageromsättningshastighet till 6,1 gånger mot 5,4 gånger föregående verksamhetsår. Det innebär att vi byter ut hela lagret ungefär varannan månad. Den högre omsättningshastigheten beror främst på en förbättrad lagerstyrning.

I våra butiker består varulagret i huvudsak av produkterna som finns i butiken för försäljning. Clas Ohlsons butiker har individuella mål utifrån den årliga försäljningen.

Nöjda och trygga kunder

God kundservice är centralt i Clas Ohlsons affärskoncept. Vår kundtjänstpolicy är inriktad på att varje kundkontakt ska präglas av ödmjukhet och servicevilja. Målet är en nöjd kund efter varje kontakt. Som en extra trygghet tillämpar vi minst 30 dagars öppet köp/ångerrätt för såväl butikskunder som distanshandelskunder. Samtliga medarbetare i våra butiker utbildas i att hantera reklameringsärenden. Vi är övertygade om att god kundvård är ett av framtidens viktigaste konkurrensmedel och strävar därför efter att bli ännu mer professionella i våra kundkontakter.

Motiverade, kunniga och engagerade medarbetare

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

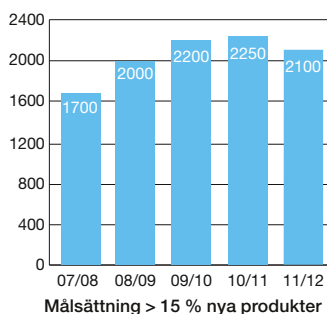
Ansvar för en hållbar utveckling

Vi ska erbjuda våra kunder kvalitativa och prisvärda produkter samtidigt som vi bidrar till en hållbar utveckling för människa och miljö. Clas Ohlsons övergripande miljömål är att, tillsammans med våra leverantörer, minska utsläppen av koldioxid med 30 procent per tonkilometer fram till och med

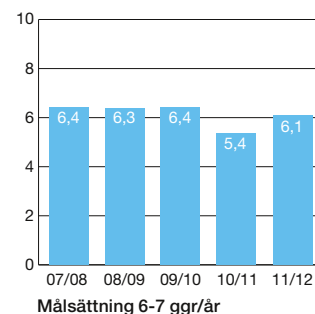


2020, jämfört med 2007. Våra kunder ska kunna känna trygghet att de produkter vi säljer har tillverkats under acceptabla förhållanden med hänsyn till människa och miljö. Målet är att revidera samtliga tillverkare minst vartannat år. Under verksamhetsåret har Clas Ohlson gjort 617 fabriksrevisioner för att kontrollera att vår uppförandekod följs.

Antal nya produkter



Lageromsättningshastighet, distributionscentralen





Jennie
class ohlson

Marknadsöversikt

Detaljhandeln i Sverige, Norge, Finland och Storbritannien har generellt sett utvecklats svagt under året. I Sverige har tillväxten enligt Svensk Handel varit den lägsta sedan 90-talskrisen och marknaden i Storbritannien har haft en fortsatt låg marknadstillväxt som en följd av momshöjningar och andra åtgärder som genomförts för att förbättra de offentliga finanserna. Clas Ohlson har, trots det kända marknadsklimatet, fortsatt att expandera under verksamhetsåret och har under året tagit marknadsandelar i samtliga länder där vi är verksamma. Försäljningen ökade 7 procent under verksamhetsåret.

Clas Ohlson säljer produkter som löser praktiska problem i vardagen. Sortimentet är lättillgängligt för en bred målgrupp och över 80 procent av de produkter vi säljer kostar under 300 kronor. Vårt breda och prisvärda sortiment innebär att vi är mindre känsliga för konjunktursvängningar än många andra detaljhandelsföretag. Indelningen i fem produktkategorier ger oss en bra balans och riskspridning. Om efterfrågan minskar i en av våra kategorier kan den samtidigt öka i en annan.

Detaljhandelsutvecklingen har varit svag under 2011

Sverige

Under 2011 noterades en lägre tillväxt än föregående år för den svenska detaljhandeln. Enligt Statistiska centralbyrån, SCB, var den genomsnittliga ökningen 1,2 procent i fasta priser, att jämföra med 3,2 procent 2010. Tillväxten inom sällanköpsvaror ökade med i genomsnitt 2,1 procent i fasta priser, jämfört med 5,6 procent under 2010.

Privatkonsumtionen ökade med i genomsnitt 2,0 procent, jämfört med 3,7 procent 2010. Clas Ohlsons försäljning i Sverige ökade med 2 procent i löpande priser under 2011/12.

Enligt HUI, Handels utredningsinstitut, förväntas en något ökad tillväxt i den svenska detaljhandeln. Detta innebär enligt HUI en ökning med 2,5 procent i fasta priser under 2012 och 2,0 procent under 2013. Även handeln med sällanköpsvaror förväntas få en ökad tillväxt. HUI:s prognos visar en ökad tillväxt med 3,5 procent under 2012 och 3,5 procent under 2013.

Norge

Detaljhandeln i Norge visade en fortsatt låg tillväxt under verksamhetsåret. Enligt Statistisk sentralbyrå, SSB, ökade detaljhandeln under 2011 med i genomsnitt 2,6 procent i fasta priser, jämfört med 2,2 procent 2010.

Privatkonsumtionen ökade med 2,5 procent under 2011, mot 3,8 procent under 2010. Clas Ohlsons försäljning i Norge ökade med 11 procent i löpande priser under 2011/12.

Enligt Virke, huvudorganisationen för handel och tjänster i Norge, förväntas en mer positiv utveckling det närmaste

året. Detaljhandeln förväntas öka med 4,0 procent i löpande priser under 2012.

Finland

Detaljhandeln i Finland noterades under verksamhetsåret fortsatt tillväxt. Enligt Statistikcentralen i Finland ökade detaljhandeln under 2011 med i genomsnitt 2,2 procent i fasta priser, jämfört med 3,0 procent 2010.

Privatkonsumtionen ökade med 3,3 procent under 2011 jämfört med 3,0 procent under 2010. Clas Ohlsons försäljning i Finland ökade med 18 procent i löpande priser under 2011/12.

Storbritannien

Marknaden i Storbritannien har haft en fortsatt svag utveckling mot bakgrund av åtgärder för att förbättra de offentliga finanserna. Enligt National Statistics i Storbritannien ökade detaljhandeln under 2011 med i genomsnitt 0,6 procent i fasta priser, jämfört med 0,8 procent 2010.

Privatkonsumtionen i Storbritannien minskade med 1,2 procent under 2011 jämfört med en ökning med 1,2 procent under 2010. Clas Ohlsons försäljning i Storbritannien ökade med 14 procent i löpande priser under 2011/12.



Flagga. Tillverkad av 100 % vävd polyester, 160 g/m².
Sv 34-5192 200 cm No 31-4782 250 cm
Fi 31-4785 204 cm UK 18-4373 200 cm



Ficklampa Asaklitt Focus LED. Tålig ficklampa med hölje i aluminium. Justerbar ljusbild. 3 W LED.
36-4840

Även konsumenternas köplust har varit svag under 2011

I de fyra länderna som Clas Ohlson har försäljning i görs regelbundet undersökningar om konsumenternas handelsvanor. I Sverige ansvarar Konjunkturinstitutet för mätningen av CCI (Consumer Confidence Index) som beräknas som ett genomsnitt av nettotalen för fyra frågor om den egna och den svenska ekonomin, i nuläget respektive 12 månader framåt, samt frågan om det är förmånligt att köpa kapitalvaror nu.

Generellt sett har detta nyckeltal varit lågt under 2011. Graferna till höger visar respektive land per månad i förhållande till 10-åriga genomsnitt. Storbritannien har under året noterat de lägsta talen sedan mätningarna startades.

Marknadstrender

E-handeln har fördubblats på fem år

År 2005 handlade 20 procent av EU-medborgarna varor och tjänster över internet. Under 2011 hade den siffran växt till det dubbla. Främst har det ökat i länder där e-handeln redan var utbredd medan konsumenterna i Central- och Östeuropa alltjämt är mindre benägna att shoppa på nätet. Det visade en ny studie som presenterades i utskottet för den inre marknaden inom EU. Tillgång till internet är en förutsättning för näthandel och de senaste fem åren har tillgången nästan fördubblats inom EU. Enligt den senaste statistiken från Eurostat är 70 procent av Europas befolkning nu uppkopplad mot nätet.

Internationella kedjor och större varuhus

Marknaden för den typ av produkter som Clas Ohlson säljer fortsätter att öka i stora delar av Europa, men börjar ändå bli relativt mogen. Internationella aktörer är relativt sällsynta i Norden, med undantag för bland annat Bauhaus, Hornbach och Media Markt. Den svagare detaljhandeln har också lett till att vissa aktörer valt att lämna den svenska marknaden.

Även i Norden har stora butikskedjor de senaste åren tagit marknadsandelar på bekostnad av enskilda fackhandlare. Kedjorna satsar ofta på stora butiker utanför stadskärnan, med undantag för Clas Ohlson, som också satsar på centrala butikslägen, där människor rör sig i sin vardag.

Exempel på gränsöverskridande nordiska aktörer är, förutom Clas Ohlson, svenska Biltema med butiker i Sverige, Norge, Finland och Danmark, svenska Jula med butiker i Sverige och Polen samt finska K-rauta med varuhus i Finland och Sverige.

En annan trend är att butiksytor ökar. I stora europeiska länder är det inte ovanligt med varuhus på mellan 5000 och 10000 kvadratmeter, i anslutning till köpcentrum utanför städerna.

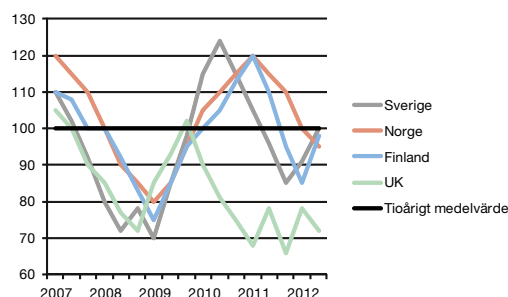
Clas Ohlsons etableringsstrategi är att öppna butiker på 700-3000 kvadratmeter, företrädesvis med centrala lägen i stadskärnor eller i välbesökta externa köpcenter.

Egna märkesvaror

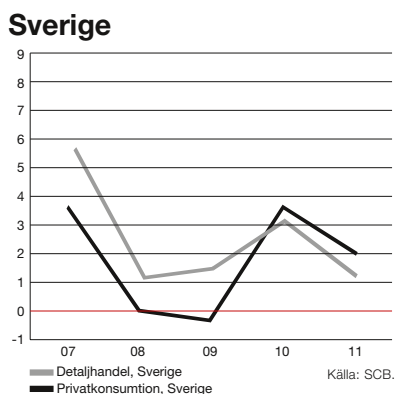
Detaljhandelskedjor marknadsför allt oftare produkter under egna varumärken.

Clas Ohlson har i många år satsat på egna varumärken, som till exempel Cotech, Cocraft, Coline och Exibel. Våra egna märken stod vid verksamhetsårets slut för cirka 25 procent av försäljningen och målet är minst 25 procent.

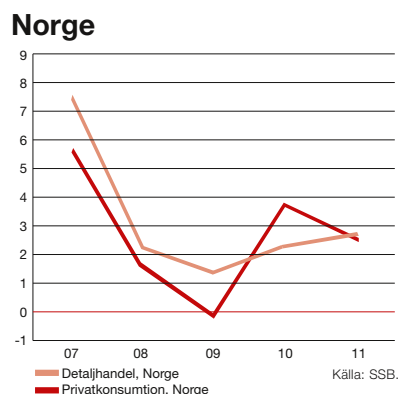
Consumer Confidence Index



Privatkonsumtion och detaljhandel
Utveckling av privatkonsumtion och detaljhandel i fasta priser i Sverige 2007–2011, %



Privatkonsumtion och detaljhandel
Utveckling av privatkonsumtion och detaljhandel i fasta priser i Norge 2007–2011, %



Genom att utveckla egna varumärken kan vi erbjuda bra kvalitet till lägre pris, eftersom utvecklings- och marknadsföringskostnaderna är lägre, och genom att köpa in varor direkt från fabrik utan fördyrande mellanhänder.

Konkurrenter

Det är få konkurrenter som har ett lika brett sortiment som Clas Ohlson.

De som ligger närmast är Biltema med butiker i alla nordiska länder och Jula i Sverige, Norge och Polen. Utöver dessa konkurrerar vi inom var och en av våra fem produktkategorier med bland annat Media Markt, Järnia, Bauhaus,

K-rauta, Teknikmagasinet och Kjell & Co. Vi konkurrerar också i viss mån med stormarknader och varuhus, som Coop Forum och Ica Maxi i Sverige, Obs i Norge samt Anttila i Finland. Av alla dessa, är det endast Teknikmagasinet och Kjell & Co som har en etableringsfilosofi liknande Clas Ohlsons, med butiker i citykärnor, gärna i starka köpcenter.

I Storbritannien konkurrerar Clas Ohlson bland annat med butikskedjan Argos samt Maplin och Robert Dyas, som erbjuder produkter inom några av våra fem kategorier. Det finns dock ingen i Storbritannien som erbjuder ett koncept, etableringsstrategi och en sortimentsstrategi som liknar Clas Ohlsons.

Clas Ohlson i jämförelse med ett urval av konkurrenter

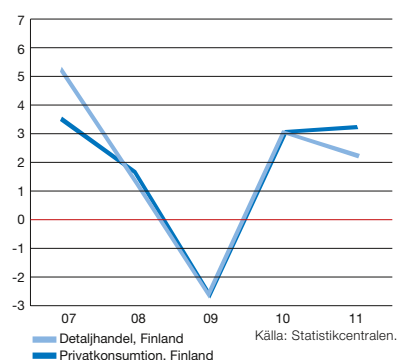
Huvudkonkurrenter och antal butiker i repektive land*

	Sverige	Norge	Finland	Storbritannien	Startår	El	Multimedia	Fritid	Bygg	Hem
clas ohlson	68	56	21	12	1918	•	•	•	•	•
Biltema	28	50	11		1963	•	•	•	•	•
Jula	35	13			1979	•	•	•	•	•
Teknikmagasinet	76	20	3		1989	•	•			
Kjell & Co	59				1990	•	•			
Jernia	75	165			1951				•	•
Obs		46			1907	•			•	•
Maxbo		74			1995	•			•	
Anttila			27		1953	•	•		•	•
K-rauta	22		42		1940	•	•		•	
Argos				>700	1973	•	•	•	•	•
Maplin				195	1972	•	•			
Robert Dyas				100	1872	•			•	•

* Källa: Webbsidor

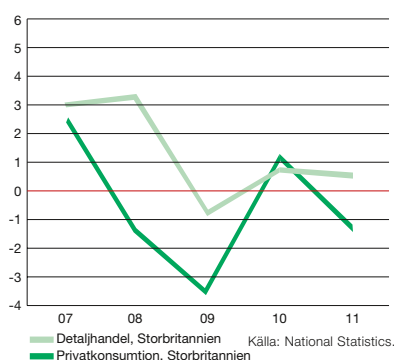
Privatkonsumtion och detaljhandel
Utveckling av privatkonsumtion och detaljhandel i fasta priser i Finland 2007–2011, %

Finland



Privatkonsumtion och detaljhandel
Utveckling av privatkonsumtion och detaljhandel i fasta priser i Storbritannien 2007–2011, %

Storbritannien



clas ohl



the
swedes
have
arrived

clas o

Marknadsföring

Clas Ohlson är en av Sveriges och Norges mest omtyckta detaljhandelskedjor. Även på våra nyare marknader i Finland och Storbritannien är vi uppskattade av en bred målgrupp.

Våra värderingar, historia och erfarenhet tillsammans med viljan att lösa kundernas små och stora vardagsproblem är viktiga hörnstenar i marknadsföringen.

Under året har vi fortsatt att utveckla och implementera vårt nya butikskoncept. Vi har utökat våra öppettider, förstärkt vår kundservice ytterligare, byggt en ny plattform för e-handel på alla våra marknader och lanserat oss på Facebook.

Hos Clas Ohlson kan du handla dygnet runt. Vi vill att våra kunder ska uppleva oss som lättillgängliga, kunniga, vänliga, positiva och lösningsorienterade.

Det ska vara enkelt, roligt och inspirerande att handla hos oss, oavsett om köpet görs i butik, på webben, via katalogen eller telefonbutiken. Detta är även anslaget i all vår marknadsföring.

Flera länder, ett Clas Ohlson

Löpande marknadsundersökningar och analyser ger oss en bra bild av vad våra kunder tycker och tänker om varumärket, butikerna, sortimentet och vår kundservice.

Kännedomen om Clas Ohlson varierar mellan våra olika marknader och går hand i hand med hur länge vi har funnits i respektive land. Medieinvesteringar och marknadsföring anpassas därför efter mognad, behov och förutsättningar på varje marknad. I samtliga länder är vi noga med att lyfta fram vårt ursprung i all kommunikation.

I Sverige och Norge vet nästan alla (98 procent) i åldersgruppen 18-69 år vilka vi är och vad vi erbjuder. På dessa marknader är målet främst att höja snittköpet, öka besöksfrekvensen i butikerna och på webben, stärka lojaliteten och öka kundnöjdheten.

I Finland känner cirka 80 procent till Clas Ohlson, att jämföra med knappt 60 procent för fyra år sedan. Här fortsätter vi med aktiviteter som stärker varumärket, kombinerat med säljkampanjer som får ännu fler kunder att välja oss i första hand.

I Storbritannien är vi fortfarande inne i en etableringsfas. Många potentiella kunder känner inte till Clas Ohlson, vad vi säljer och var vi finns - vilket vi vill ändra på genom stark och kostnadseffektiv marknadsföring som fokuserar på att öka kännedomen och att driva försäljning.

Dygnet runt och många säljkanaler

Clas Ohlson erbjuder lösningar på vardagsproblem och vi gör det dygnet runt, i flera olika kanaler. Som kund ska man snabbt och enkelt kunna få hjälp och handla i den försäljningskanal som passar var och en bäst vid olika tillfällen.



Trådlös N-600 router med ADSL2-modem, Netgear. Kombinerad router och ADSL2-modem. Det inbyggda modemmet ger dig frihet att byta ADSL-leverantör utan att byta utrustning. Skapa ett trådlöst nätverk och dela internetuppkopplingen i hemmet. Anslut enkelt bärbara datorer, smartphones, surfplattor och annat. Stöd för upp till 300 + 300 Mbit/s i nätverket, uppfyller trådlös b/g/n-standard. 4-portar för kabelanslutning av enheter eller utbyggnad. **18-8293**

Vi jobbar efter en så kallad multikanalstrategi, där nya butiksetableringar sker parallellt med utvecklingen av katalog, e-handel, butikskoncept och telefonbutik.

Butikerna är vår viktigaste kanal. Med centrala lägen i gallerior, längs gågator och i stora köpcenter når vi kunderna där de rör sig i sin vardag. Det är också i butikerna som kunderna kan få tips och råd av våra kunniga medarbetare.

Clas Ohlson-katalogen har kommit ut sedan 1918 och är än idag populär bland våra kunder.

Med vår nya e-handelsplattform blir det ännu enklare och mer inspirerande för kunderna att handla online och få varorna hemlevererade. I webbutiken finns hela vårt sortiment, reservdelar, köpguider, möjligheten att chatta, ställa frågor och annat som underlättar kundernas vardag och köpbeslut.



Röd tråd i all marknadsföring

Vår marknadsföring ska väcka uppmärksamhet och skapa köplust, inspiration och trygghet. Med viss variation mellan länderna följer kampanjerna i Sverige, Norge, Finland och Storbritannien en tydlig röd tråd, med huvudbudskap och kundlöften som går igen i alla medie- och säljkanaler.

Vi trycker hårt på vår historia, sortimentsbredd, kvalitet och servicevilja. Våra kunder ska känna att vi hjälper dem att lösa sina vardagsproblem med produkter, med rätt kvalitet för olika behov, till bra priser.

Varje butiksöppning stödjer vi med extern kommunikation som till exempel annonsering, radioreklam och PR. Butikspersonalen delar även ut kataloger och aktuella erbjudanden utanför och i närheten av butiken.

Betydelsen av sociala medier har ökat under de senaste åren och är en viktig kanal även för Clas Ohlson. Under året har vi lanserat oss på Facebook, lokalt i varje land. Vår digitala marknadsföring på internet, via e-post

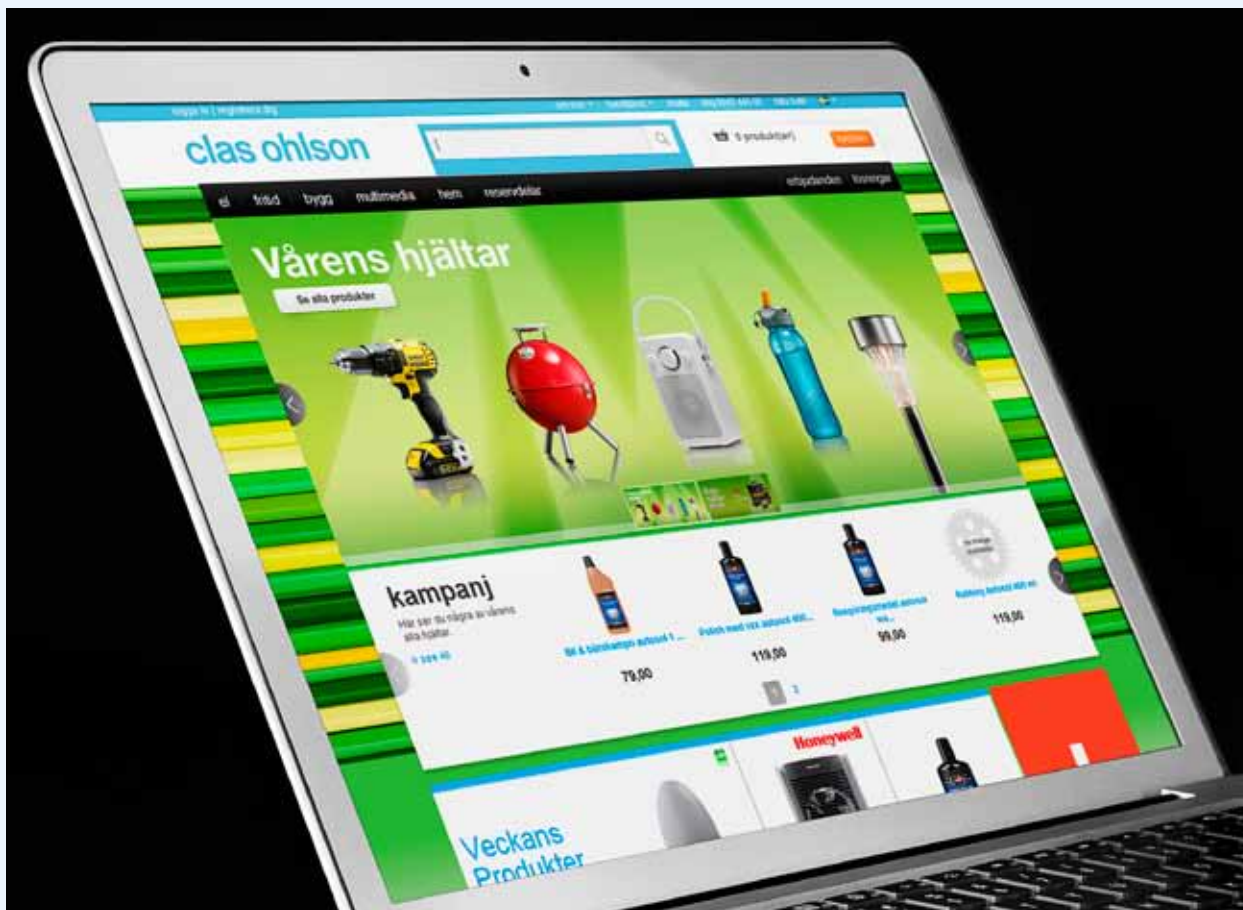
och mobiltelefon ökar även den, men huvuddelen av våra investeringar läggs fortfarande i tryckt media.

Sponsring och samhällsengagemang

Clas Ohlson har en lång tradition av att stödja föreningar och evenemang i främst Dalarna, där företaget grundades och där vår största butik, huvudkontoret och distributionscentralen ligger.

Under verksamhetsåret har vi bland annat haft sponsorsamarbeten med ishockeylaget Leksands IF, OS-rod-daren Lassi Karonen och musikscenen Dalhalla. Lokalt i Insjön stödjer vi en mängd föreningar och verksamheter inom idrott och kultur, med tonvikt på ungdomsverksamhet.

Under 2011/12 har Clas Ohlson också genomfört insamlingskampanjer till förmån för Cancerfonden och Rädda Barnen (läs mer på sidan 29).



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

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

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

Lanseringen av Clas Ohlsons nya e-handelsplattform, som påbörjades i april 2012, lägger grunden till helt nya möjligheter att nå ännu fler kunder.

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

Lanseringen i Sverige och Norge gjordes i april 2012 med planerad lansering i Finland och Storbritannien under sommaren 2012. Arbete med marknads- och konkurrensundersökningar, översättning av bland annat produktmanualer och information på produkter har även inletts för tysktalande marknader. En lansering i ett tysktalande land beräknas ske tidigast under verksamhetsåret 2013/14.

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

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



Våra försäljningskanaler

Drygt 90 år av framgångsrik postorder-verksamhet har lagt grunden till den starka position Clas Ohlson har idag. Vi säljer fortfarande via distanshandel, men den största försäljningskanalen är idag våra 157 butiker i Sverige, Norge, Finland och Storbritannien. Butikerna står för 98 procent av försäljningen.

Butiker

Centrala butikslägen

Clas Ohlsons butiker ska företrädesvis ligga i starka centrala köpcenter eller handelsplatser, där vi tillsammans med andra butiker och butikskedjor verkar gemensamt för att skapa återkommande besök.

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

Tre olika storlekar

Clas Ohlson har kunder i alla åldrar. För att öka tillgängligheten erbjuder vi tre olika butikskoncept med varierande yta: 1 500–3 000 kvadratmeter för större städer och upptagningsområden, 1 000–1 500 kvadratmeter för mellanstora orter samt 700–1 000 kvadratmeter för mindre orter eller som komplement till befintliga butiker i större städer.

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

Populär butikskedja

Clas Ohlson är en attraktiv och populär butik, både bland kunderna och företagen i köpcentret. Våra etableringar

ökar ofta hela centrets besökstal påtagligt. Vi attraherar nya kundgrupper och vårt breda sortiment lockar både män och kvinnor i alla åldrar.

Enligt en undersökning i branschtidningen Market (våren 2010), är Clas Ohlson den butik i Sverige som konsumenter i åldern 15-64 år helst av allt vill ha i ett köpcenter (förutom Systembolaget och apotek).

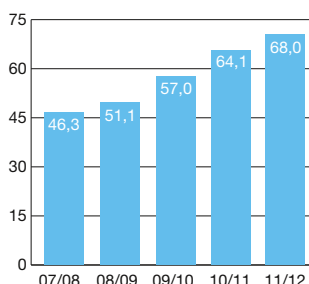
Vårt nya butikskoncept

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

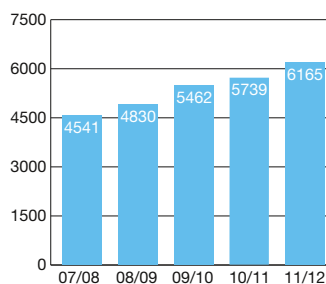
Butikskonceptet lanserades under 2008/09 och alla butiker som öppnats sedan dess är byggda enligt det nya konceptet. Äldre butiker anpassas successivt.



Antal besökare, miljoner



Försäljning butiker, Mkr



Finansiellt åtagande

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

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

Fortsatt butiksexpansion

Clas Ohlson fortsätter att öppna nya butiker på de marknader där vi är etablerade. Under verksamhetsåret 2011/12 öppnades totalt 18 nya butiker. Vi planerar att under verksamhetsåret 2012/13 etablera 15-20 butiker. Förutsättningar att etablera nya butiker i Norden bedöms som fortsatt goda och utvecklingen i Finland har under det senaste året varit positiv. Clas Ohlson ska fortsätta att expandera i Storbritannien men balanserar expansionstakten utifrån rådande marknadsförhållanden.

Försäljning och resultat

Butikernas försäljning uppgick under verksamhetsåret 2011/12 till 6 165 Mkr vilket är en ökning med 7 procent mot föregående år (5 739 Mkr). I lokala valutor ökade försäljningen med 7 procent. Butiksförsäljningen utgjorde 98 procent av koncernens totala försäljning.

Uppstartskostnaderna för nya och ombyggda butiker, inklusive utrangering av inventarier, uppgick till 46 Mkr (89 Mkr).

Försäljningsökning

Jämförbara butiker i lokal valuta	- 3 procent
Nya butiker	+ 10 procent
Valutaeffekter	0 procent
Summa	+ 7 procent



Resväska Asaklitt. Svart/grå polyester. Teleskophandtag och hjul. Två frontfack med dragkedjor.
31-4710 33x20x48 cm, 18", 2,9 kg.

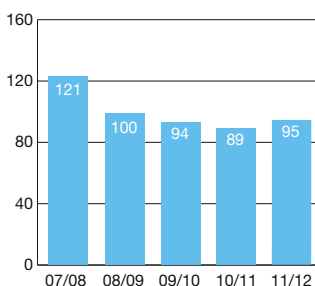
Våra butiker i Sverige

Våra svenska butiker hade 34,9 miljoner besökare under 2011/12, vilket var oförändrat jämfört med föregående år. Av besökarna var det 16,8 miljoner som också handlade vid sitt besök.

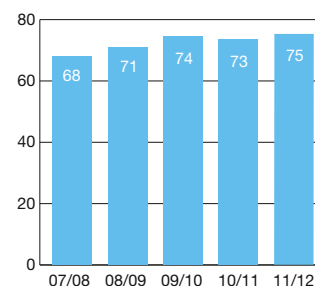
Antalet butiker har under verksamhetsåret utökats med sju och totalt fanns vid verksamhetsårets slut 68 butiker i Sverige.

Det finns fortfarande utrymme för fortsatt etablering av nya butiker i Sverige även om marknadspenetrationen i Sverige nu är relativt hög. Flera av våra butiker med upptagningsområden på 30 000 – 50 000 invånare visar att vi kan nå god lönsamhet även i mindre städer.

Försäljning distanshandel, Mkr



Andel e-handelsorder, %



Våra butiker i Norge

Våra norska butiker hade 16,7 miljoner besökare under 2011/12, en ökning med 1,9 miljoner eller 13 procent jämfört med föregående år. Av besökarna var det 10,7 miljoner som också handlade under sitt besök.

Under verksamhetsåret har sex nya butiker öppnats och vid verksamhetsårets slut fanns totalt 56 butiker i Norge. Inte heller den norska marknaden är mättad när det gäller vår fortsatta etablering. Lönsamheten är god även för butiker i mindre städer med upptagningsområden på 30 000 – 50 000 invånare.

Våra butiker i Finland

Våra finska butiker hade 7,3 miljoner besökare under 2011/12, en ökning med 1,0 miljoner eller 16 procent jämfört med föregående år. Av besökarna var det 3,3 miljoner som också handlade under sitt besök.

Under verksamhetsåret har fyra nya butiker öppnats och vid verksamhetsårets slut fanns totalt 21 butiker i Finland. Det finns en stor potential att öka försäljningen även i befintliga butiker, genom fortsatt förtydligande av Clas Ohlsons erbjudande på den finska marknaden.

Våra butiker i Storbritannien

Våra brittiska butiker hade 9,2 miljoner besökare under 2011/12, vilket är en ökning med 0,9 miljoner jämfört med föregående år.

Under verksamhetsåret har en ny butik öppnats och vid verksamhetsårets slut fanns totalt tolv butiker i Storbritannien.

Responsen från våra kunder i butikerna i Storbritannien är positiv och trots det kärva marknadsklimatet är antalet besökare och kunder i de brittiska butikerna i nivå med koncerngenomsnittet. Konverteringsgraden (andelen besökare som handlar) och det genomsnittliga köpet är fortsatt lägre i Storbritannien än genomsnittet i koncernen vilket är normalt vid inträde på nya marknader.

Clas Ohlson räknar med att det tar tid att etablera varumärke och position på en helt ny marknad och att konverteringsgrad, genomsnittligt köp och omsättning kommer att öka successivt under de kommande åren.

E-handel och övrig distanshandel

Vår försäljning inom distanshandel (via e-handel, telefon och katalog) uppgick till 95 Mkr 2011/12, vilket är en ökning med 8 procent jämfört med föregående år (89 Mkr).

E-handel stod under verksamhetsåret för 75 procent av vår distanshandel (föregående år 73 procent).

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

Under verksamhetsåret har en ny e-handelsplattform lanserats, vilken lägger grunden för expansion inom distanshandeln (läs mer på sidan 15).



EXIBEL

PMR Exibel FX-33. Paket med kommunikationsradio och laddstation. Perfekt i skidbacken, på skotern och liknande. Räckvidd upp till 3 km.
38-4726



Skriverpapper. Miljömärkt A4-papper, ohålat. 80 g/m². 500-pack.
38-3663



Expansion i Storbritannien – vår fjärde marknad

Clas Ohlsons expansion i Storbritannien fortsätter men anpassas till rådande marknadsförhållanden. Under verksamhetsåret öppnades ytterligare en butik och vid verksamhetsårets slut hade Clas Ohlson 12 butiker varav fyra i Londonområdet och en butik vardera i Manchester, Leeds, Liverpool, Birmingham, Cardiff, Norwich, Doncaster och Newcastle. Alla butiker ligger centralt placerade i starka citylägen med stor besöksstrafik.

Den första butiken utanför Norden öppnades i november 2008 i Croydon, London. Premiären i Storbritannien var ett stort steg för Clas Ohlson mot visionen att bli ett ledande europeiskt detaljhandelsföretag. Genom undersökningar i våra butiker vet vi att våra kunder överlag gillar vårt affärskoncept, både när det gäller sortiment, priser och service, och rekommenderar gärna Clas Ohlson till andra.

Den svagare utvecklingen för den brittiska ekonomin under verksamhetsåret har påverkat hushållens framtidstro och konsumtionsutrymme. Trots det kända marknadsklimatet är antalet besökare i de brittiska butikerna i nivå med koncerngenomsnittet. Konverteringsgraden (andelen besökare som handlar) och det genomsnittliga köpet är lägre i Storbritannien än genomsnittet i koncernen vilket är normalt vid inträde på nya marknader. Clas Ohlson räknar med att det tar tid att etablera varumärke och position på en helt ny marknad och att konverteringsgrad, genomsnittligt köp och omsättning kommer att öka successivt under de kommande åren. Försäljningen påverkades under verksamhetsåret av en svag marknad där konsumenternas förtroende för landets och den egna ekonomin var rekordlåg.



Stor marknad

Storbritannien, med 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. Det finns också en stark cityhandel där en stor del av handeln sker i centralt belägna köpcentrum. Ingen annan kedja erbjuder idag motsvarande koncept i centrala butikslägen. Vårt sortiment, våra butiker och vår service är ett nytt och uppskattat inslag i den brittiska detaljhandeln.

I början av verksamhetsåret 2012/13 lanseras e-handel på den brittiska marknaden. Detta blir ett viktigt komplement till Clas Ohlsons butiker, dels för att bidra till ökad försäljning men också för att bidra till att öka kännedomen om företaget. E-handels andel av den totala detaljhandels omsättning står för mer än 10 procent i Storbritannien vilket är väsentligt högre än på den nordiska marknaden (källa: Forrester Research). Genom en kombination av butiker och e-handel kommer Clas Ohlson att nå ännu fler kunder.



Produktsortiment och leveranser

En del av sortimentet har anpassats till den brittiska marknaden eftersom det skiljer en del i standarder, bland annat när det gäller elektriska produkter. Av det ordinarie katalogsortimentet har flera produkter anpassats, bytts ut eller tagits bort. Vi har också anpassat sortimentet och valt varumärken som den brittiska konsumenten känner till och är van att handla. Leveranserna till de brittiska butikerna sker från distributionscentralen i Insjön. I takt med att verksamheten utökas kommer vi löpande att utvärdera andra alternativ som innebär kortare transporter. Leveransen av varor till brittiska kunder som handlat via e-handel sker initialt genom en lokal brittisk distributör som kan tillgodose kundernas krav på snabba leveranser och returer.

Lokal marknadsföring i butikernas upptagningsområden

Clas Ohlsons marknadsföring är inriktad på att göra affärskonceptet känt i det upptagningsområde där vi etablerar våra butiker. Svenska detaljhandelsföretag har gott rykte i Storbritannien och därför har vi betonat Clas Ohlsons härkomst och historia lite extra. För att tydliggöra vårt erbjudande har vi presenterat företaget som en modern järnhandel som säljer användbara produkter som löser många praktiska problem i vardagen. Marknadsföringen har nått konsumenterna genom bland annat utomhusreklam, direktreklam, PR, radioreklam och genom att distribuera Clas Ohlson-katalogen lokalt i området där våra nya butiker ligger.

Inköp och sortiment

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

Attraktivt och särskiljande sortiment

Sortimentet ska kontinuerligt vara attraktivt, särskiljande och konkurrenskraftigt på de olika marknader där Clas Ohlson verkar, och ska fokusera på att möta och lösa kundens praktiska problem.

Utöver vårt sortiment om cirka 15 000 produkter erbjuder vi reservdelar och tillbehör. Denna filosofi är uppskattad av våra kunder som kan få hjälp med råd, tips och reparationer av vår duktiga personal i butik och av vår centrala kundtjänst i Insjön, vilken har vunnit pris för bästa kundtjänst ett antal gånger under de senaste åren.

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

Tusentals produktnyheter varje år

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

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

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

Omfattande kvalitets- och funktionstester

Innan en ny produkt tas in i sortimentet görs avancerade tester av kvalitet, funktion, säkerhet, livslängd och

andra egenskaper. Testerna utförs i våra egna verkstäder. Flera produkter lämnas också till oberoende testinstitut, bland annat Intertek Semko och Statens Provninganstalt. Clas Ohlson arbetar också för att minimera användningen av hälsofarliga ämnen i de produkter som ingår i sortimentet.

Aktivt inköpsarbete

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

Genom regelbundna fabriksbesök kan Clas Ohlson, i dialog med leverantörer och tillverkare, vara med och påverka design, materialval, tillverkningsmetod och tillverkningsförhållanden i form av arbetsmiljö, arbetsvillkor och miljöpåverkan.

Lång erfarenhet och hög kompetens

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

För oss är det viktigt att dagens inköpare och produktansvariga känner samma nyfikenhet inför nya produkter som grundaren Clas Ohlson gjorde. Nyfikenheten är en del av vår kultur och något vi värnar om.

Medarbetarna utbildas i Clas Ohlsons uppförandekod och våra metoder och verktyg för att kontrollera och stödja våra leverantörer. Inköparna har en viktig roll i arbetet med att förbättra arbetsmiljö och arbetsvillkor samt säkerställa att produkternas miljöegenskaper är godkända.

600 leverantörer i 30 länder

Clas Ohlson köper in produkter från cirka 600 leverantörer i 30 olika länder. Under verksamhetsåret gjordes 54 procent av inköpen från svenska leverantörer medan 38 procent var direktinköp från Asien.

De största svenska leverantörerna är handelshus eller agenter som äger importrättigheter eller typgodkännanden för olika produkter. Ursprungslandet för dessa produkter ligger ofta i Asien eller Europa. Tillsammans med direktin-

Clas Ohlsons fem produktområden



Bygg



Hem



Multimedia



EI



Fritid

köpen uppgick andelen produkter som tillverkats i Asien till 67 procent, vilket är en ökning jämfört med föregående år.

Clas Ohlson arbetar för att koncentrera inköpen till färre leverantörer. Målet är att minska våra inköpskostnader och fördjupa samarbetet med både leverantörer och tillverkare i Europa och Asien. Detta underlättar också uppföljningen av vår uppförandekod.

Inköspolicy

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

Ökad andel direktinköp utan mellanhänder

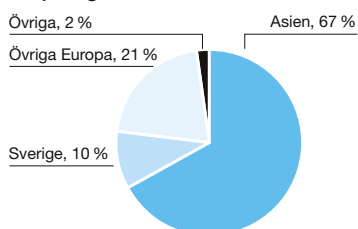
Asien, och framförallt Kina, är den viktigaste inköpsmarknaden för Clas Ohlson. För att ytterligare stärka vår konkurrenskraft har vi sedan 2008 ett helägt inköpsbolag med kontor i Shanghai och Shenzhen (öppnades 2011). Genom att kombinera inköpen via kontoren i Shanghai och Shenzhen med agenter i Asien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

De agenter vi samarbetar med har erfarenhet och kontaktnät som tillför ett värde till Clas Ohlson. Målet är dock att minska antalet agenter i takt med att våra egna inköpare i Kina köper in fler produkter direkt från tillverkaren. I Clas Ohlsons inköpsstrategi ingår också att kontinuerligt utvärdera produkter som tillverkas i Asien men säljs via mellanhänder i Sverige och Europa, för att om möjligt hitta alternativ som kan köpas in direkt från tillverkare i Asien. Detta är viktigt för att kunna erbjuda lägsta möjliga pris till våra kunder.

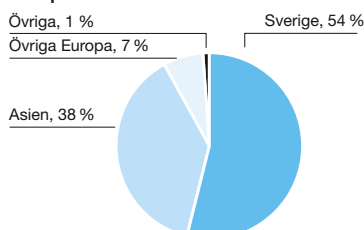
Positiv utveckling av egna varumärken

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

Ursprungsländer



Inköpsländer



Egna varumärken

Vi har cirka 15 000 produkter i vårt sortiment. Sortimentet är indelat i fem olika produktområden: Bygg, Hem, Multimedia, El, samt Fritid. Kännetecknande för produkter som säljs under eget varumärke är hög kvalitet till attraktiva priser.



Logistik, IT och säkerhet

En effektiv logistik är en av Clas Ohlsons viktigaste framgångsfaktorer. Med en automatisk sorteringsanläggning och ett helautomatiserat höglager har Clas Ohlson en av Nordens mest moderna och effektiva logistikanläggningar.

Effektiv logistik

Distributionscentralen i Insjön är hela koncernens logistiknav och här passerar samtliga varor till alla butiker och distanshandelskunder. Automatiserade system svarar för en hög tillgänglighet i butik och distanshandel. Den genomsnittliga omsättningshastigheten för lagret i distributionscentralen uppgick under verksamhetsåret till 6,1 gånger (föregående år 5,4 gånger). Det innebär att vi byter ut hela lagret med alla 15 000 artiklar ungefär varannan månad. Med den höga omsättningshastigheten är distributionscentralen snarare att likna vid en terminal än ett lager. Clas Ohlson har under de senaste åren blivit nominerade till ett antal utmärkelser inom logistik baserat på vårt arbete med utveckling av en effektiv logistik och engagemang gällande miljöfrågor.

Omfattande varuflöde

Antalet levererade pallar till butikerna uppgick under verksamhetsåret till 225 150 (föregående verksamhetsår 227 000) vilket motsvarar cirka 900 per dag. Normal leveranstid till butikerna är 1-3 dagar och beställningen sker automatiskt i butiksdatasystemet när en vara når sin beställningspunkt i respektive butik. Vi levererade också cirka 124 800 distanshandelsförsändelser (föregående verksamhetsår 116 000) vilket motsvarar cirka 500 per dag.

IT-system och säkerhet

Clas Ohlson 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. 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. Under de kommande åren kommer vi att fortsätta att investera i våra IT-system för att säkerställa ett bra stöd för verksamhetens affärsprocesser.

Centralsystem

All information som rör artiklar, kunder, leverantörer med mera registreras i en gemensam databas i vårt centrala system. I detta körs inköpsrutiner, lagerrutiner och gemensamma funktioner som exempelvis ekonomisystem. Många av programmen är skräddarsydda och egenutvecklade för att passa just vår verksamhet. Ett undantag är ekonomisystemet som är ett standardsystem.

Butiksdatasystem

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

Kassasystem

Ett speciellt kassasystem är kopplat till varje butikssystem som hanterar försäljningstransaktionerna i respektive butik. Kassasystemen kommunicerar kontinuerligt med både butikssystemet och centralsystemet men kan också arbeta vidare helt fristående, om kommunikationen med de andra systemen skulle brytas. Under verksamhetsåret har ett nytt kassasystem köpts med ett antal förbättringar och förberedelser för framtida behov.

IT-säkerheten är högt prioriterad

Verksamheten bygger på att de integrerade systemen fungerar med så få avbrott som möjligt. För att säkerställa en hög tillgänglighet och korta avbrotttider är alla system dubblade. Det innebär snabbare omstarter och högre säkerhetsnivå än om systemen skulle köras i enkeldatormiljö.

Varje natt genomförs säkerhetskopieringar av samtliga system och transaktioner. Brandväggar och viruskydd är andra delar i Clas Ohlsons säkerhetssystem.





Clas Ohlsons utbyggda distributionscentral i Insjön lagrar, sorterar och distribuerar varor till både butiker och e-handel på våra fyra marknader.

Andra verksamhetssystem

Under verksamhetsåret har ett antal viktiga IT-projekt bedrivits för att stödja och utveckla Clas Ohlsons verksamhet och pågående internationalisering, bland annat utvecklingen av en ny teknisk plattform för e-handel. Den nya e-handelsplattformen lanserades under verksamhetsåret och innebär att vi kan erbjuda våra kunder på samtliga marknader snabb, enkel och inspirerande e-handel som ett komplement till våra butiker.

Vårt försäkringsskydd

Vi har försäkringar som ger ett fullgott skydd för bland annat varulager, byggnader, maskiner och inventarier samt avbrott och ansvar, inklusive produktansvar.

Allmänt säkerhetsarbete

Clas Ohlson har under de senaste åren förstärkt säkerhetsarbetet generellt i företaget. Säkerhetsavdelningen arbetar med bland annat kontinuitetsplanering, krishantering, brandsäkerhet, informationssäkerhet och säkerhetsfrågor för butik, distributionscentral och huvudkontor. Svinn är ett problem inom detaljhandeln generellt. Clas Ohlson arbetar långsiktigt med bland annat processer och rutiner, utbild-

ning och tekniska hjälpmedel för att minimera svinn i företaget.

För att förhindra brand gäller stränga föreskrifter beträffande all hantering av farligt gods. Alla medarbetare får genomgå utbildning i brandskydd och i Insjön finns även en speciell brandberedskapsstyrka som har specialutbildats för att kunna göra snabba insatser i händelse av brand.

Distributionscentralen i Insjön är indelad i flera brandceller, som sinsemellan är avdelade med brandväggar och brandjalusier. Brandlarmet, som har 625 larmpunkter, är kopplat direkt till SOS-alarm, samt till vår interna beredskapsgrupp.

Fastigheten är försedd med sprinkleranläggning bestående av cirka 29000 sprinklerhuvuden. Den förses med vatten via en sprinklercentral med direktstartande diesel-pumpar. Vattnet hämtas från två vattenreservoarer i anslutning till sprinklercentralen. För att säkerställa tillgången på släckvatten har även en speciell branddamm etablerats i anslutning till höglagerdelen. Brandfarligt gods är placerat i en speciell del av byggnaden, som anpassats för detta. Truckladdning sker i ett speciellt truckladdningsrum, som uppfyller gällande krav.

Risker och osäkerhetsfaktorer

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

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

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

Rörelserelaterade risker

Expansionen i Storbritannien

Expansionen i Storbritannien, med 60 miljoner invånare, innebär möjligheter för Clas Ohlson med ytterligare en marknad men medför även risker. En av riskerna är att varumärket för de flesta är okänt och förväntas ta lång tid att etablera. Mer information angående Storbritannien finns på sidan 19.

Inköp i Asien

Clas Ohlson köper i dag cirka 38 procent av produkterna i Asien, varav merparten från Kina. Genom det egna inköpsbolaget ska andelen inköp från Asien ökas ytterligare. Detta möjliggör en förstärkning av bolagets konkurrenskraft i den fortsatta expansionen. Den ökade exponeringen mot ett enskilt land innebär en ökad risk (politisk risk, transportrisk, valutarisk etc.).

Konkurrens

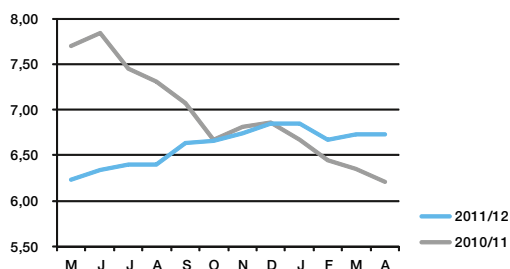
En tydlig trend inom detaljhandeln i Europa är att stora rikstäckande kedjor växer, oftast på bekostnad av mindre, enskilda fackhandlare. De stora kedjorna och aktörerna etablerar sig i flera länder genom såväl egna butiker som förvärv. Aktörerna på marknaden har därmed blivit både färre och större. Under verksamhetsåret har konkurrensen ökat, framför allt i Norden, genom fler butiker och köpcenter.



CASIO

Kalkylator Casio FX-82ES Plus. Teknisk räknare för grundskolan samt gymnasiets enklare matematikkurser. 252 funktioner. Tvåradig display.
34-4120

Valuta USD/SEK



Grafen visar medelkursen för valutaparet USD/SEK. USA-dollar (USD) är vår viktigaste inköpsvaluta. Vid verksamhetsårets början den 1 maj 2011 var kursen för USD 6,04 mot den svenska kronan. Kursen har gradvis förstärkts under verksamhetsåret med undantag av en mindre försvagning under verksamhetsårets sista kvartal. Den noterades den 30 april 2012 till 6,72 en förstärkning med 11 procent.

Den högsta kursen var 6,99 och noterades i januari 2012 medan den lägsta kursen var 6,02 och noterades i maj 2011. Genomsnittskursen var ca 6,60 jämfört med 6,95 under 2010/11.

Logistik

Clas Ohlsons distributionscentral i Insjön utgör navet i hela koncernens logistikkedja. Härifrån distribueras varor till samtliga butiker samt till distanshandelskunder. Under de senaste åren har distributionscentralen byggts ut för att ytterligare effektivisera logistiken. Det finns dock risker med att ha logistiken samlad till en ort. Det gäller till exempel avbrott i kommunikation och infrastruktur, brand eller strejk. Investeringen i distributionscentralen innebär samtidigt högre fasta kostnader, vilket kan påverka lönsamheten negativt vid en avmattning i Clas Ohlsons tillväxttakt. För mer information, se sidan 22.

Nyckelpersoner

En allt viktigare framgångsfaktor är att kunna attrahera och behålla nyckelkompetens. Från och med verksamhetsåret 2008/09 har Clas Ohlsons ersättningsprinciper, efter beslut vid årsstämma, förändrats till att innehålla en större andel rörlig ersättning utifrån prestation. För mer information, se sidan 54.

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

Socialt ansvar – CSR

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

Sortiment

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

Svinn

Clas Ohlson utsätts dagligen för svinn av olika slag, såsom butikssnatteri, stölder med mera. Clas Ohlson arbetar för att minska svinnet genom ett långsiktigt förebyggande arbete i form av bland annat utbildningsinsatser, teknisk utrustning samt en kontinuerlig uppföljning och utvärdering av säkerhetsarbetet.

Finansiella risker

Konjunktur

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

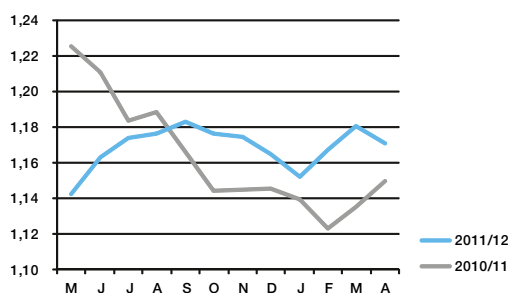
Vårt breda och prisvärda sortiment innebär trots allt en mindre känslighet för konjunktursvängningar än många andra detaljhandelsföretag. Över 80 procent av de produkter vi säljer har ett pris som är lägre än 300 kr. Clas Ohlsons breda sortiment, med fem olika produktkategorier, innebär också en lägre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

Löneinflation i tillverkande länder

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



Valuta NOK/SEK



Grafen visar medelkursen för valutaparet NOK/SEK.

Ca 40 procent av vår försäljning sker i Norge. Vid verksamhetsårets början den 1 maj 2011 var kursen för den norska kronan (NOK) 1,15 mot den svenska kronan. Kursen förstärktes under sommaren för att sedan försvagas under hösten. Ytterligare en förstärkning noterades under det sista kvartalets början. Den noterades den 30 april 2012 till 1,17 dvs en förstärkning med 2 procent.

Den högsta kursen var 1,20 och noterades i mars 2012 medan den lägsta kursen var 1,13 och noterades i maj 2011. Genomsnittskursen för 2011/12 var 1,17 jämfört med 1,16 under 2010/11.

Råvarupriser

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

Transportkostnader

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

Valutor

Bolaget har en relativt stor valutaexponering främst genom försäljningen i Norge samt genom koncernens inköp. Ungefär 46 procent av inköpen görs i andra valutor än den svenska.

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

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

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

Valutasäkringar

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

Under verksamhetsåret gjordes valutasäkringar i USD och NOK.

Valutarörelser

Den norska kronan förstärktes under verksamhetsåret i förhållande till den svenska. Kursen på den norska kronan var i genomsnitt 1,17 vilket var en procent högre jämfört med verksamhetsåret 2010/11 då den var 1,16. Detta har påverkat försäljningen i SEK positivt eftersom cirka 40 procent av försäljningen sker i norska kronor.

USA-dollar har förstärkts mot den svenska kronan det senaste verksamhetsåret. Genomsnittskursen under verksamhetsåret 2011/12 var fem procent lägre än året innan (6,60 jämfört med 6,95). Genomsnittskursen för hongkongdollar var under verksamhetsåret 2011/12 0,85 vilket var 5 procent lägre jämfört med verksamhetsåret 2010/11 då den var 0,89. Genomsnittskursen för den kinesiska valutan (CNY) har i stort sett varit oförändrad mot föregående verksamhetsår (1,04 jämfört med 1,04).

Euron (EUR) har försvagats något mot den svenska kronan det senaste verksamhetsåret. Genomsnittskursen under verksamhetsåret 2011/12 var 9,02 mot 9,22, vilket är en försvagning med 2 procent. Likaså har det brittiska pundet (GBP) försvagats med 3 procent mot den svenska kronan. Genomsnittskursen för pundet noterades till 10,51 under verksamhetsåret 2011/12 mot 10,85 föregående verksamhetsår.



Elenergimätare. Flyttbar mätare som visar anslutna apparaters elförbrukning. Programmerbart kilowattpris. Svart eller vit
36-4444

Känslighetsanalys

Faktor	Förändring	Påverkan på resultat före skatt, Mkr
Försäljningsvolym	+/- 5 procent	+143/-158
Valuta		
– NOK	+/- 5 procent	+/- 54
– USD	+/- 5 procent	-/+ 46
– HKD	+/- 5 procent	-/+ 8
– EUR	+/- 5 procent	+/- 4
– GBP	+/- 5 procent	-/+ 7

Bolaget har relativt stor valutaexponering genom försäljningen i Norge samt genom koncernens inköp. Tabellen visar hur resultatet påverkas av förändringar i de viktigaste valutorna. Tabellen visar också hur resultatet påverkas av förändring i försäljningsvolym för jämförbara enheter.

Hållbar utveckling

Clas Ohlson är ett renodlat detaljhandelsföretag med 157 butiker och e-handel i Sverige, Norge, Finland och Storbritannien.

Vi erbjuder ett sortiment med 15000 produkter inom Bygg, Hem, Multimedia, El och Fritid. Vårt huvudkontor och distributionscentral finns i Insjön, Dalarna och totalt har vi cirka 4000 medarbetare. Vi äger inga fabriker utan istället samarbetar vi med cirka 600 leverantörer och 700 tillverkare i 30 länder. I denna hållbarhetsredovisning kan du läsa mer om hur vi arbetar med CSR-frågor (Corporate Social Responsibility). Ett arbete som omfattar Clas Ohlsons sociala och miljömässiga ansvar, det vill säga arbetet för en hållbar utveckling.

Grunden för Clas Ohlsons CSR-arbete

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

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

Vår hållbarhetsvision

Vi ska engagera företagets resurser till ekonomisk, social och miljömässig utveckling som bidrar till hållbara levnadsförhållanden för nuvarande och kommande generationer.

Clas Ohlsons CSR-organisation och ansvar

Clas Ohlsons hållbarhetsarbete leds genom ett CSR-forum som består av vd, informationschef, inköpschef, varuförsörjningschef, HR-chef (Human Resources), miljökoordinator, interncontroller och chef för CSR och uppförandekod.

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

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

Principer och redovisningsperiod för Clas Ohlsons hållbarhetsredovisning

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



Dimbar LED-lampa. 7 W (motsvarar 40 W). Livslängd upp till 20 000 tim. Temperaturområde -20 till +40 °C. E 27 sockel. 36-4643

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

Hållbarhetsredovisningen omfattar verksamhetsåret 2011/12, det vill säga perioden 1 maj 2011 – 30 april 2012. I några avsnitt nedan redovisas information, nyckeltal och diagram för perioden 1 januari 2011 – 31 december 2011.

Clas Ohlsons intressenter och målgrupper

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

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

Vi har möten med olika fond- och kapitalförvaltningsföretag och deras hållbarhetsanalytiker kring olika hållbarhetsfrågor och de möjligheter och utmaningar som Clas Ohlson har. Initiativet Hållbart Värdeskapande bidrar också till att ge värdefull feedback från kapitalmarknaden gällande viktiga CSR-frågor. Clas Ohlson har under verksamhetsåret också genomfört möten med olika ideella organisationer för att ta del av deras synpunkter, erfarenheter och arbete med mänskliga rättigheter och miljö. En uppföljande granskning av organisationen Swedwatch gjordes under våren 2012 där Clas Ohlson och andra företag inom branschen medverkade. Analysen, som publicerades i juni 2012, baserar sig på bland annat intervjuer med både köpare och tillverkare och finns att läsa på Swedwatchs hemsida (www.swedwatch.org). Vi har också deltagit i flera forskningsprojekt, bland annat vid Lunds Universitet, för att bidra till den empiriska forskning som sker inom CSR-området.

Deltagande i internationella hållbarhetsinitiativ

Clas Ohlson är sedan 2008 medlem i FN:s upprop för arbete med mänskliga rättigheter, UN Global Compact. Vi deltar också, sedan 2008, i det internationella klimatinitiativet Carbon Disclosure Project, CDP, där vi under verksamhetsåret redovisat de utsläpp som skett under 2010, både direkta och indirekta utsläpp av växthusgaser från vår verksamhet.

Medarbetarmätningar

Våra arbetsmiljökartläggningar visar en hög trivselfaktor och en bra arbetsmiljö. Under verksamhetsåret har en medarbetarundersökning som omfattar hela koncernen genomförts – nöjd medarbetarindex, NMI. Undersökningen ger värdefull feedback från våra medarbetare gällande våra arbetsplatser, arbetsvillkor och trivsel (läs mer på sid 36-39).

Kundundersökning

Clas Ohlson gör varje år en stor kundundersökning som omfattar Sverige, Norge och Finland. Undersökningen inkluderar frågor om våra kunders syn på hållbarhetsfrågor

och vilka områden man tycker är de viktigaste när det gäller miljö, etik och socialt ansvarstagande (se diagram på nästa sida).

Årets undersökning visar att kunderna tycker att vårt sociala arbete är viktigast, följt av en bra personalpolitik, vårt miljöarbete och slutligen vårt övriga samhällsengagemang. Clas Ohlson deltog för andra året i undersökningen Sustainable Brands Image Survey 2012. Undersökningen mäter svenska folkets inställning och uppfattning om företagets hållbarhetsarbete och Clas Ohlson fick utmärkelsen Bäst i Branschen 2012.

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

Våra butiker

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

Ekonomisk utveckling som skapar värde

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

Viktiga händelser under 2011/12

Under verksamhetsåret har vi tagit fortsatta utvecklingssteg i vårt långsiktiga arbete med uppföljning av vår uppförandekod. Under verksamhetsåret gjordes 617 revisioner av tillverkare i Asien jämfört med 426 föregående år. Ett program för fördjupat samarbete med strategiskt viktiga tillverkare har inletts med målsättningen att höja CSR-standarden till näst högsta eller högsta nivå.

Energianvändning i butik har minskats med cirka 50 procent i ett antal butiker genom bättre belysningsplaner och ny belysningsteknik. Den nya belysningen används i alla nya butiker och äldre butiker görs om i samband med att de renoveras.

Utsläppen från transporter har minskats genom att öka pallhöjden vid uttransporter. Mer varor och mindre luft i lastbilarna gör det möjligt att reducera både koldioxidutsläpp och kostnader.

Clas Ohlson har fortsatt bidra till utfasningen av traditionella glödlampor genom olika marknadsföringsinsatser.

Kunderna får hjälp att hitta rätt alternativ genom vår kunniga personal och genom vägledande information i våra butiker.

Clas Ohlson samarbetar med Rädda Barnen. Det handlar dels om utbildningsinsatser för unga arbetare i Kina gällande deras särskilda behov och villkor, dels om insamlingskampanjer i våra butiker till förmån för barn i Nepal. Målet är att under en treårsperiod ge 7 000 barn möjlighet till skolgång.

*GRI:s tillämpningsnivåer

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

Nordisk undersökning av vilka hållbarhetsaspekter som är viktigast



Strategierna är följande:

Strategi	Aktiviteter
Öppen dialog med våra intressenter och ideella organisationer kring vårt CSR-arbete.	<ul style="list-style-type: none"> - Feedback från våra intressenter via nöjd medarbetarindex, kundundersökningar och deltagande i Sustainable Brands Image Survey. - Deltagande och dialog med ideella organisationer, universitet, forum och andra parter gällande CSR-frågor.
Fördjupat samarbete med leverantörer och tillverkare för att skapa successiva sociala och miljömässiga förbättringar.	<ul style="list-style-type: none"> - Vidareutvecklade former för uppföljning, kontroll och stöd till tillverkare i Asien gällande bland annat arbetsförhållanden och miljöarbete. - Arbete för att minska antalet leverantörer och tillverkare. - Samarbete med andra organisationer för att öka effektiviteten i uppföljnings- och utvecklingsarbetet.
CSR-perspektivet ska vara en integrerad del av våra affärer och verksamhet. Vi ska bidra till en hållbar utveckling, ta vara på de affärsmöjligheter som finns och stärka vår långsiktiga konkurrenskraft.	<ul style="list-style-type: none"> - Integration av CSR-frågor i Clas Ohlsons strategi- och affärsplanering, rapportering och uppföljning. - Utveckling av organisation, processer och systemstöd för CSR-arbetet. - Internutbildning för att höja kompetensen och medvetenheten i hela organisationen kring CSR-frågor.
Utvecklat produktsortiment och kommunikation som hjälper våra kunder att välja produkter och lösningar som bidrar till en hållbar utveckling.	<ul style="list-style-type: none"> - Sortimentsutveckling med nya produkter som hjälper våra kunder att minska sin elförbrukning och miljöpåverkan. - Ökad kundkommunikation gällande CSR-frågor i våra butiker och via andra försäljnings- och kommunikationskanaler.
Vi ska göra en skillnad i samhället genom att stödja utvalda ideella organisationer i de länder där vi är verksamma.	<ul style="list-style-type: none"> - Långsiktigt samarbete med bland annat Rädda Barnen för att bidra till att förbättra barns villkor, dels i form av utbildningsinsatser i Kina, dels att ge barn i Nepal en möjlighet att gå i skolan. - Samhällsengagemang med stöd till kultur- och idrottsverksamhet för framförallt ungdomar i Insjön med omnejd.

Vårt arbete för mänskliga rättigheter och bättre arbetsvillkor

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

Vår leverantörskedja

Clas Ohlson är ett renodlat detaljhandelsföretag. Vi äger inga fabriker och vårt produktsortiment köps in från cirka 600 leverantörer och 700 tillverkare i 30 länder. 38 procent av våra produkter köps direkt från fabriker i Asien. Vid dessa direktinköp har vi större möjlighet att påverka, kontrollera och stödja tillverkarna i deras arbete att förbättra arbetsvillkor och arbetsmiljö.

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

Långsiktigt engagemang och samarbete

Vår ambition är att bidra till förbättringar av arbetsmiljö och arbetsvillkor i vår egen verksamhet och för människor som deltar i produktionen av produkter som vi köper från olika leverantörer och tillverkare. Vi har också ett ansvar för att produkterna har en så låg miljöpåverkan som möjligt under

Historik över Clas Ohlsons CSR-arbete

- 1998 Policy angående barnarbete införs.
- 2001 Miljöpolicy införs.
- 2004 Processen med utveckling och införande av vår uppförandekod påbörjas.
- 2005 Uppförandekod för leverantörer fastställs av styrelsen och offentliggörs.
- 2006 Arbetsmaterial för vårt systematiska CSR-arbete tas fram, fastställs och testas.
- 2007 Våra första externa CSR-revisioner genomförs.
- 2008 Etablering av egen CSR-organisation i Shanghai.
- 2009 Utökad antal revisioner och fördjupat samarbete med leverantörer gällande vår uppförandekod.
- 2010 Antikorruptionsektion införs i vår uppförandekod. Kompletterande CSR-kontor i södra Kina etableras.
- 2011 Inköpskontor i södra Kina med CSR-revisorer.

sin livscykel. Arbetet med att kontrollera och arbeta för förbättringar i vår leverantörskedja är ett långsiktigt och komplext arbete. Det kräver engagemang och arbetsinsatser från hela vår organisation och de leverantörer och tillverkare vi samarbetar med. Sedan införandet av vår uppförandekod 2005 och etablerandet av vårt inköpskontor och CSR-avdelning i Shanghai 2008 och i Shenzhen 2010, har vi kommit närmare tillverkarna och tagit flera viktiga steg framåt i vårt arbete med att påverka, kontrollera och förbättra villkoren i vår leverantörskedja.

Integrerad del av verksamheten

CSR-arbetet ska vara en integrerad del av Clas Ohlsons verksamhet. Arbetet målsätts, planeras och följs upp av Clas Ohlsons CSR-forum (läs mer på sidan 27).

I arbetet med socialt ansvar i leverantörskedjan är ett nära och väl fungerande samarbete mellan inköpsavdelningen och CSR-avdelningen en grundförutsättning. Båda avdelningarna är delaktiga i arbetet att se till att Clas Ohlsons leverantörer och tillverkare skriver under och följer kraven i vår uppförandekod samt att eventuella brister åtgärdas. Inköpsavdelningen kan i sitt dagliga arbete ta del av information om våra tillverkares CSR-status, revisionsrapporter och förbättringsarbete som en viktig del i beslutsunderlaget vid inköp av olika produkter och valet av leverantör eller tillverkare. Om en tillverkare har en allvarig avvikelse som inte åtgärdas blir de spärrade i inköpssystemet tills dess att problemen åtgärdats.

CSR-avdelning i Shanghai och Shenzhen

Vår CSR-avdelning i Kina ansvarar för att kontrollera, bedöma och följa upp att Clas Ohlsons uppförandekod efterlevs samt att utbilda och informera våra leverantörer och tillverkare i Asien. I arbetet ingår bland annat CSR-revisioner av tillverkare och att ge tillverkare stöd i deras arbete med förbättringar.

Avdelningen verkar organisatoriskt under Clas Ohlsons vd och bestod vid verksamhetsårets slut av CSR Manager Supply Chain, CSR-teamleader, administratörer, CSR-revisorer som arbetar med revisioner av tillverkare samt information och utbildning på fabrikerna.

Utmaningar och möjligheter

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

Ute på fabriker i Asien förekommer utmaningar av olika slag, som till exempel för mycket övertidsarbete, bristande arbetsmiljö, bristfällig skyddsutrustning, inga eller svaga fackföreningar och manipulerade tidrapporter. Korruption, mutor och annat kan också försvåra kontrollarbetet. Vi gör både annonserade och oannonserade kontroller hos tillverkare.



Alla företag som direkt eller indirekt har verksamhet i Asien möter dessa utmaningar och kan på olika sätt bidra till att villkoren förbättras. Clas Ohlsons strategi är att använda en kombination av egna CSR-revisorer och externa revisionsföretag. Ett nära samarbete mellan vår CSR-avdelning i Kina och vår inköpsavdelning i Insjön är också avgörande för att nå resultat.

Clas Ohlson arbetar för att förhindra korruption och mutor. Som företag och inköpare av varor och tjänster har vi möjlighet och skyldighet att ställa krav på affärsetik, både på oss själva och på dem vi samarbetar med.

De tillverkare vi samarbetar med har olika kunskaper och erfarenheter om CSR-krav och -revisioner. Många fabriker har flera internationella kunder som ställer krav och gör återkommande kontroller på fabriken, andra har mer begränsad erfarenhet eftersom det tidigare var sällsynt att köpare ställde tydliga krav och genomförde CSR-revisioner. Under de senaste åren har vi upplevt en skillnad och allt fler köpare ställer nu krav och kontrollerar fabriker, vilket är viktigt för att nå varaktiga och hållbara förbättringar.

Att köpande företag gemensamt ställer krav på förbättrade villkor för människor och miljö är en positiv utveckling men som kan ge ännu större effekt genom att försöka harmonisera de olika verktyg och metoder som används. Clas Ohlson är medlem i organisationen CSR Asia vilket ger oss möjlighet att utbyta erfarenheter. För att öka effektiviteten i uppföljnings- och förändringsarbetet utvärderar vi ett eventuellt samarbete med globala organisationer som SEDEX (SMETA), BSCI eller GSCP som har gemensam uppförandekod, verktyg och processer. Vi samarbetar också med Save the Children's Centre for Children's Rights and Corporate Responsibility i Kina för att bidra till att förbättra villkoren för unga arbetare (över 16 år) (läs mer om samarbeten på sidan 32).

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

Utbildning

Förstärkta utbildningsinsatser har gjorts för att ge en grundläggande CSR-utbildning för alla anställda i företaget. Utbildningen skapar en gemensam grund inom företaget, beskriver de olika delar som Clas Ohlsons CSR-arbete innefattar och hur var och en kan bidra till att nå våra hållbarhetsmål.

Vår inköpsavdelning utbildas löpande om CSR och vårt arbete i vår leverantörskedja och inköparna deltar vid revisioner varje år, vilket ger dem ökad kunskap och erfarenhet kring processen och insikt hur de som inköpare kan bidra till förbättringsarbetet.

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

Varje år arrangerar vi utbildning i Hongkong, Taipei och Shanghai för våra agenter om vårt CSR-program och uppföljning i leverantörskedjan. Våra agenter, som bistår oss vid direktinköp i Asien, deltar också vid revisioner för att få mer kunskap om arbetet med att följa upp, kontrollera och stödja tillverkare.

Extern information

Clas Ohlsons hållbarhetsrapport, som är en del av årsredovisningen, är basen i vår externa CSR-rapportering och sker enligt GRI, Global Reporting Initiative, för att underlätta för omvärlden att följa vårt arbete. Clas Ohlsons intressenter kan också ta del av kompletterande information på vår hemsida där vi bland annat också har ett antal fallstudier med exempel på vårt arbete med sociala frågor, miljöarbete och andra hållbarhetsfrågor. Vi rapporterar vårt CSR-arbete till UN Global Compact och CDP (Carbon Disclosure Project).

Våra verktyg och processer

Uppförandekoden

Grunden för vårt arbete med uppföljning och förbättringsarbete i vår leverantörskedja är vår uppförandekod. Clas Ohlsons uppförandekod innehåller de krav vi ställer på oss själva och på våra leverantörer och tillverkare gällande bland annat arbetsvillkor, arbetsmiljö, antikorrupktion och miljöpåverkan.

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

Koden bygger på OECD:s riktlinjer för multinationella företag och följer också FN:s 10 principer (UN Global Compact) för mänskliga rättigheter, arbetsrätt, miljö och antikorrupktion. Våra krav i koden innefattar bland annat att:

- vi inte tillåter barnarbete eller tvångsarbete.
- anställda inte får diskrimineras på grundval av personliga karaktärsdrag eller övertygelse.
- arbetarnas hälsa och säkerhet ska prioriteras på arbetsplatserna, till exempel att ändamålsenliga skydd används, att utrustning och byggnader är säkra.

- farliga substanser och farligt avfall ska hanteras på ett säkert sätt.
- anställda ska ha acceptabla arbetsvillkor, bland annat vad gäller lön och arbetstider.

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

Krav på leverantörer och tillverkare

Alla våra leverantörer och tillverkare måste underteckna vår uppförandekod. Leverantörerna är i sin tur ansvariga för att deras leverantörer och tillverkare följer vår kod. De leverantörer och tillverkare som inte vill eller kan skriva under vår kod eller leva upp till våra krav, får inte vara samarbetspartner till Clas Ohlson.

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

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

Bedömning och kontroll av nya fabriker

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

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

Mål	Vad vi ville uppnå 2011/12	Vad vi har gjort 2011/12	Vad vi vill uppnå 2012/13
<ul style="list-style-type: none"> • Intensifiera vårt arbete med att bedöma, kontrollera och arbeta för att förbättra villkoren för människa och miljö, hos våra leverantörer och tillverkare. 	<ul style="list-style-type: none"> • Arbeta för att öka samarbetet med andra organisationer och företag gällande harmoniserade verktyg och metoder för uppföljning av uppförandekod. • Öka antalet externa revisioner för att göra fler kontroller som kompletterar våra egna. • Ökad andel oannonserade (window) revisioner för att få en bra bild av normalförhållandena hos olika tillverkare. • Djupare revisioner inom tillverkningsområden där riskerna för avvikelser bedöms som störst. 	<ul style="list-style-type: none"> • Deltagande i organisationen CSR Asia med samverkan med andra detaljhandelsföretag som verkar i regionen. • Vi har ökat antalet revisioner, både initiala och återkommande och har ökat andelen externa revisioner för att kontrollera kvaliteten på vårt eget arbete. • Vi har ökat andelen oannonserade revisioner som är ett bra komplement i granskningsarbetet. • Fördjupat samarbete med viktiga tillverkare och med målet att reducera antalet tillverkare. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ökat fokus på miljöfrågor i CSR-arbetet. • Fördjupat samarbete med viktiga tillverkare och leverantörer. Införandet av nivån "excellent yellow" för att lyfta och premiera tillverkare i deras CSR-arbete. • Ökade insatser för att stödja tillverkarnas CSR-arbete gentemot underleverantörer.
<ul style="list-style-type: none"> • Utvidga vårt arbete med information och utbildning ute hos tillverkare. 	<ul style="list-style-type: none"> • Utöka antalet utbildningstillfällen för fabriker. • Fördjupad utbildning för våra största och viktigaste tillverkare. 	<ul style="list-style-type: none"> • Våra revisorer har tillhandahållit information för fabriksledningar inom områden för hälsa och säkerhet, Human Resources och miljö. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fortsatta utbildningsinsatser för både nya och befintliga tillverkare.
<ul style="list-style-type: none"> • Kontinuerligt utbilda våra CSR-revisorer. 	<ul style="list-style-type: none"> • Kontinuerlig utbildning. 	<ul style="list-style-type: none"> • Produktionsprocessutbildning på fabrik. • Extern miljöutbildning, omfattande bland annat utbildning gällande utsläpp av koldioxid, miljöledningssystem, kemikalier. • Introduktion till SA8000 och "Unga arbetares särskilda behov och rättigheter". 	<ul style="list-style-type: none"> • Kontinuerlig vidareutbildning av våra CSR-revisorer. • Förstärkt kompetens inom miljöområdet.
<ul style="list-style-type: none"> • Samarbete med andra företag och organisationer för att kunna påverka och förbättra ännu mer. 	<ul style="list-style-type: none"> • Samarbeta med fler företag och organisationer. • Undersöka olika initiativ som arbetar för att harmonisera företagens arbete med CSR. 	<ul style="list-style-type: none"> • Deltagande i CSR Asia. • Samarbete med Rädda Barnen i Kina (CCR CSR). • Deltagande i olika forskningsstudier inom CSR-området, bland annat inom Lunds Universitet. 	<ul style="list-style-type: none"> • Utvärdera möjligheten att samverka med andra företag och organisationer när det gäller revisioner för att få ökad effektivitet och ökade möjligheter att påverka. • Utökad intressentdialog i de länder där vi är verksamma. • Fördjupat långsiktigt samarbete med Rädda Barnen.
<ul style="list-style-type: none"> • Förbättrad kommunikation både internt och externt. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ökad intern och extern kommunikation. • Vidareutveckla vår dialog med intressenter. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ökad CSR-information på Clas Ohlsons hemsida. • CSR-utbildning för all personal (maj/juni 2012). • Deltagande i Sustainable Brands Image Survey – utsedd till Branschbäst 2012. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ökad kundkommunikation om CSR via alla kanaler; butik, e-handel, katalog, telefon och marknadsföring. • Utvecklat samarbete med Rädda Barnen och att genomföra kampanjer för att ge barn i Nepal möjlighet att gå i skola. • Kontinuerlig CSR-information till våra medarbetare via våra interna informationskanaler.

Kraven i koden baseras på:

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

Förebyggande arbete

En del tillverkare har från början bristande kunskaper om vilka krav och regler de måste följa eller hur de ska gå tillväga för att uppfylla dem. Under revisionerna informerar våra revisorer tillverkarna om våra krav och vilka områden de måste förbättra. Vi har tagit fram utbildningsmaterial inom områdena hälsa och säkerhet, Human Resources och miljö som ska verka som ett stöd i tillverkarens strävan att förbättra sin verksamhet. Under året har vi genomfört utbildning hos 120 fabriker.

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

Återkommande revisioner

Vi gör återkommande revisioner hos våra aktiva tillverkare som revideras minst vartannat år.

Under verksamhetsåret genomförde vi 617 revisioner, både initiala och återkommande. Våra egna revisorer utförde 591 revisioner och 26 externa revisioner gjordes av oberoende revisionsföretag specialiserade på socialt ansvarstagande och mänskliga rättigheter.

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

Bedömning av CSR-nivå

Våra tillverkares CSR-nivå bedöms enligt en färgskala:

Grön – Uppfyller kraven i vår uppförandekod

Gul – Funnit avvikelser mot koden

Orange – Funnit högriskavvikelser mot koden

Röd – Funnit nolltoleransavvikelser mot koden

Anmärkningar och förbättringar

Flest anmärkningar vid våra revisioner finner vi inom området för hälsa och säkerhet, till exempel brister i användning av skyddsutrustning, evakuering och brandskydd samt inom löner och arbetstider, till exempel för mycket övertid eller brister i medarbetarnas tillgång till sociala försäkringar.

Flest förbättringar har under året skett inom hälsa och säkerhet. Allmänna förbättringar gällande löner och arbetstider tar längre tid att uppnå. Frågan är komplex och kräver



Regeldetektor Cocraft. För lokalisering av trä- och metallreglar samt elledningar i väggar, tak och golv. Max lokaliseringsdjup för träreglar 38 mm, elledningar/metalreglar 50 mm.
40-8158

ett långsiktigt arbete där både köpare och tillverkare av varor i Asien i samråd med myndigheter och ideella organisationer måste verka för att gemensamt hitta hållbara lösningar.

Eftersom många tillverkare har en CSR-nivå med färgkoden gul, med olika avvikelser, kommer vi framöver att verka för att höja tillverkarens nivå på väg mot grönt, dvs. helt utan avvikelser för att kunna målsätta och att fördjupa samarbetet med strategiskt viktiga tillverkare som har en positiv utveckling av sitt CSR-arbete.

GRI (Global Reporting Initiative)

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

Redovisning av avvikelser och vidtagna åtgärder

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

Icke diskriminering

Under årets revisioner har vi funnit 1 anmärkning beträffande diskriminering samt 5 anmärkningar där policy mot diskriminering saknats. Den vanligaste formen av diskriminering är att man i anställningsannonser ställt krav på ålder och/eller kön på den sökande. Clas Ohlson har i dessa fall krävt att policy mot diskriminering ska införas och att annonserna ska ändras.

Föreningsfrihet och rätten till kollektivavtal

Vi har funnit 17 anmärkningar gällande begränsningar i föreningsfrihet och rätten till kollektivavtal. Vi har ställt krav på att dessa leverantörer ska införa system som undanröjer detta hinder.



Hörselskydd med radio. Lyssna på radio samtidigt som du jobbar.
40-8308

Status efter gjord CSR-revision per verksamhetsår

År	06/07	07/08	08/09	09/10	10/11	11/12
Grön			14	11	4	11
Gul	4	24	296	332	300	438
Orange				50	82	109
Röd		14	49	51	40	59
Totalt	4	38	359	444	426	617

Generellt är föreningsfrihet något som är ett stort problem i Asien och utgör ett stort och viktigt utvecklingsområde som kräver samverkan mellan tillverkare, köpande företag, ideella organisationer och myndigheter.

Barnarbete (under 16 år)

Vi har funnit 12 fall av barnarbete vid våra revisioner under året. I samtliga fall som upptäckts vid revisioner i Kina har barnen varit 15 år (i Kina krävs en uppnådd ålder på minst 16 år för att få börja arbeta). När vi påträffar arbetare som inte uppfyllt lagstadgad ålder, försöker vi tillsammans med barnet/föräldrarna och fabriken hitta den lösning som är bäst för barnet.

I ytterligare 36 fall har fabriker inte haft tillfredställande dokumentation med ID-handlingar för att kunna fastställa medarbetarnas ålder (utan misstanke om barnarbete vid revisionstillfället) och i 5 fall har fabriken inte upprättat en policy mot barnarbete. I dessa fall har Clas Ohlson krävt att företagen ska införa policy mot barnarbete och rutiner för att upprätthålla register med ID-handlingar.

Tvångsarbete

Under verksamhetsåret har vi inte funnit något fall av tvångsarbete. Vid de tillfällen vi tidigare funnit anmärkningar inom det här området, har det gällt innehållande av lön eller att arbetarnas ID-handlingar tagits i beslag av tillverkaren. Clas Ohlson har då ställt krav på att dessa aktiviteter ska upphöra omedelbart samt att fabriken inför policy och rutiner för att förhindra tvångsarbete.

Status per aktiva tillverkare 2012-04-30

Status	Grön	Gul	Orange	Röd
Procent andel	7 %	90 %	3 %	0 %

Avvikelse baserade på GRI-indikatorer efter genomförda revisioner:

GRI-indikatorer	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	Totalt
HR4K Icke diskriminering		16	15	20	6	57
HR5K Föreningsfrihet och rätten till kollektivavtal	1	29	9	7	17	63
HR6K Barnarbete	1	1	1	6	12	21
HR7K Tvångsarbete		5	2	0	0	7

Ordlista och förklaring av begrepp

CSR (Corporate Social Responsibility)

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

Uppförandekod (Code of Conduct)

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

GRI (Global Reporting Initiative)

Global redovisningsstandard för hållbarhetsarbete. Infördes 2009 hos Clas Ohlson.

Leverantör

Företag som får vår order.

Tillverkare (fabrik)

Företag som tillverkar våra produkter.

Agenter

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

Läs mer

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



Så går en CSR-revision till

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

En revision består av följande delar

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

Några av de saker vi tittar på är:

- Hälsa och Säkerhet.

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

- Om fabriken tillhandahåller bostäder till arbetarna.

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

- Dokument ute i produktion och andra fastigheter.

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

- Barnarbete.

- Uppmärksammar och kontrollerar unga arbetare.

- Miljö.

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

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

Våra värderingar och medarbetare

Våra medarbetare är kärnan i varumärket Clas Ohlson. En vanlig kommentar från kunderna är att vi ger bra service, har trevliga och kunniga medarbetare och att man därför också kan förvänta sig lite mer av Clas Ohlson.

Clas Ohlson fortsätter att växa i snabb takt. Antalet medarbetare på våra marknader ökar stadigt.

För att säkerställa kompetens för framtida tillväxt och expansion lägger vi stor vikt vid att attrahera, utveckla och behålla branschens bästa medarbetare.

Viktiga framgångsfaktorer i det arbetet är att ge möjligheter till fortsatt karriär inom Clas Ohlson, affärsanpassad kompetensutveckling, marknadsmässiga löner, en bra arbetsmiljö, god hälsa och mångfald.

Ett händelserikt år

Följande händelser, åtgärder och aktiviteter ger en kort sammanfattning av vårt personal- och utbildningsarbete under verksamhetsåret 2011/12.

- Fortsatt fokus på kompetensutveckling inom handelsmannaskap.
- Lansering av vår nya ledarskapsutbildning för chefer, övriga nyckelpersoner och potentiella ledare.
- Fortsatt organisationsutveckling och bemanningsoptimering för att ge god kundservice med hög effektivitet.
- Vår första kull av traineer har slutfört programmet och tillträtt befattningar inom varuförsörjning, inköp och verksamhetsutveckling. Tre nya traineer rekryterades hösten 2011 och nytt traineeprogram startas hösten 2012.

- Uppföljning av resultat och åtgärdsplaner utifrån vår medarbetarundersökning NMI 2011 (nöjd medarbetarindex).
- Fortsatt förankring av vår värdegrund, med målet att alla medarbetare ska känna till vår historia och företagskultur och bidra till att vårda och utveckla Clas Ohlson-andan.

Stolta medarbetare

Den 30 april 2012 uppgick antalet medarbetare inom koncernen till 3920. Av dessa var 52 procent heltidsanställda. Effekten av vår bemanningsoptimering är att vi jämfört med föregående år har färre medarbetare. Positivt är att vi genom denna strategiska planering kan erbjuda deltidsanställda en högre sysselsättningsgrad vilket också syftar till att säkra både kompetens och service till våra kunder.

Under året har över tusen medarbetare deltagit i någon av våra utbildningar i Insjön.

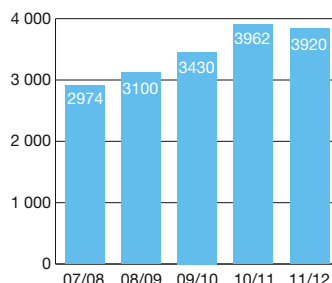
Vår andra koncerngemensamma medarbetarundersökning blev komplett då även Storbritannien slutförde sin undersökning under hösten 2011. Undersökningen genomfördes tidigare under året i Sverige, Norge, Finland och Kina. Totalt svarade 85 procent (84 procent 2010/11) av våra medarbetare på enkäten, vilket är ett högt deltagande. NMI (nöjd medarbetarindex) för koncernen blev 74 procent (oförändrat jämfört med 2010/11) vilket vid en extern jämförelse står sig väl mot andra företag.

Starkt förtroende

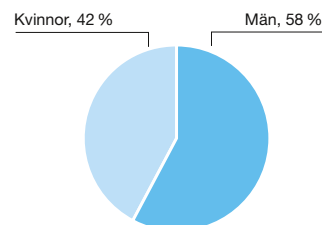
Medarbetarundersökningen ger en bra grund för vårt arbete med att attrahera, skapa trivsel, stimulera och motivera medarbetare samt hur vi kan utveckla ledarskapet inom företaget.

Undersökningen visar bland annat att merparten är stolta att arbeta inom Clas Ohlson och känner sig delaktiga i beslut som fattas. Förtroendet för chefer och ledning är starkt och

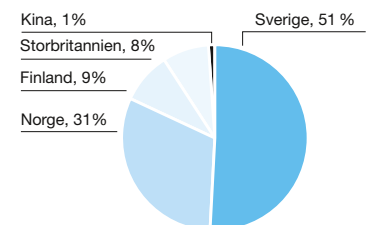
Totalt antal anställda



Antal anställda, män/kvinnor



Medarbetare per land



Totalt	Butik	Butikschefer	Tjänstemän	Övriga chefer	Lager	Kvinnor	Män	Totalt
Totalt antal utbildningstimmar	43541	6484	4221	5900	2557	26723	35980	62703
Genomsnitt per anställd	15	32	6	3	6	16	16	16



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

En välbevarad hemlighet är att Clas Ohlson har ett stort sortiment av reservdelar med över 9 000 artiklar som gör det möjligt att förlänga livslängden på olika produkter. Här finns allt från urverk till drivremmar och kaffekannor.

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

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

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

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

vårt arbete med mångfald, likabehandling och jämställdhet får höga betyg. Våra utmaningar är kopplade till vår tillväxt, vilket kräver fortsatt utveckling med fokus på värdegrund, ledarskap och tydlig feedback på medarbetarens insats och lön.

Under året har åtgärder baserade på resultat av tidigare medarbetarundersökningar genomförts. Personalens medverkan i åtgärdsplaneringen ger tydligare målformulering och såväl bättre precision som starkare engagemang i genomförandefasen.

Mångfald berikar

Vi är övertygade om att goda resultat, trivsel, engagemang och samverkan uppnås genom mångfald. Därför strävar vi efter en jämn fördelning av medarbetare med olika erfarenheter och bakgrund.

Koncernens jämställdhetspolicy ligger till grund för vårt mångfaldsarbete. Målet är att inget kön ska ha lägre andel än 40 procent inom respektive yrkeskategori, vilket uppnås genom riktad kompetensutveckling i kombination med prioritering av en jämn könsfördelning vid rekrytering.

Under verksamhetsåret var 42 procent av företagets medarbetare kvinnor (41 procent 2010/11). Andelen kvinnor i koncernledningen var 20 procent från och med maj 2011 (13 procent 2010/11). I vårt management team med landschefer och ledande befattningshavare inom koncernfunktioner är 25 procent av medlemmarna kvinnor (18 procent 2010/11).

En stor andel av medarbetarna i våra butiker är yngre än 30 år. Det är naturligt, eftersom många av dem är deltidsanställda studenter som endast arbetar kvällar och helger.

Kompetensutveckling med affärsfokus

Clas Ohlson Academy i Insjön ansvarar för all utbildning inom koncernen. I detta ingår obligatoriska och frivilliga utbildningar, i alla länder och för alla yrkeskategorier. Målet är att säkerställa företagets återväxt och tillväxt genom att våra medarbetare har rätt kompetens för sina arbetsuppgifter och att organisationen kan ge våra kunder bästa möjliga erbjudande och service.

Under året genomgick 2500 medarbetare någon form av utbildning, i klassrum eller via videokonferenser och e-learning.

Hösten 2011 öppnades en ny lärportal på Clas Ohlsons intranät. Via portalen kan våra medarbetare genomföra yrkesanpassade interaktiva utbildningar på ett enkelt och kostnadseffektivt sätt, med minimal miljöpåverkan och administration. De kursutvärderingar som hittills gjorts är positiva.

Konkurrenskraftiga löner

Clas Ohlsons ersättningspolicy är att erbjuda en konkurrenskraftig total ersättning. Fast lön ska utgöra grunden för den totala ersättningen. Lönen ska vara relaterad till den relevanta marknaden och avspegla omfattningen av det ansvar som arbetet innebär. Den fasta lönen ska ses över årligen för att säkerställa marknadsmässig och konkurrenskraftig fast lön.

Utöver en fast lön har alla medarbetare – oavsett yrkesroll – någon form av resultatbaserad rörlig lön samt friskvårdsbidrag och personrabatter.

Förebyggande hälsoarbete

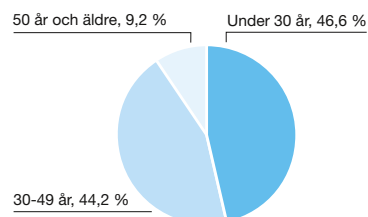
Clas Ohlson ska erbjuda en god arbetsmiljö, där medarbetarna är tillfreds med sina arbetsuppgifter och känner såväl trygghet och gemenskap som fysiskt och psykiskt välbefinnande.

Vår årliga medarbetarundersökning visar att arbetsmiljön är god och trivselfaktorn hög. Vi har en för branschen låg personalomsättning på totalt 18,4 procent (inklusive deltidsanställda) och låga ohälsotal. Under verksamhetsåret uppgick den totala sjukfrånvaron till 5,0 procent varav 2,1 procentenheter var frånvaro längre än 14 dagar.

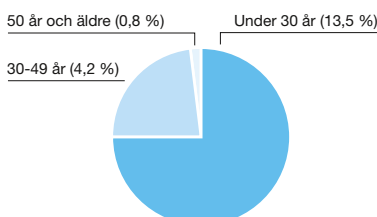
En ung organisation

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

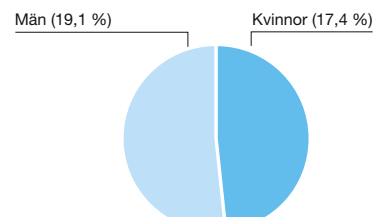
Åldersfördelning, Clas Ohlson koncern



Personalomsättning*



Personalomsättning, män/kvinnor*



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



Nya lärportalen ger inspiration och kunskap

Kim Andersson i Clas Ohlson butiken Triangeln i Malmö har gått igenom kursen "Fördjupad personlig försäljning" i nya lärportalen.

- Kursen var jättebra. Den gav massor av bra tips på hur jag kan möta kunden i olika situationer, säger Kim entusiastiskt.

Den interaktiva utbildningen görs hemifrån och bygger på animerade kundsituationer som butikspersonalen kan hamna i.

- Det gör att man kopplar till verkligheten, vilket också gör det lättare att komma ihåg än om det är en massa text och teori. Jag har redan upplevt massor av situationer i butiken där jag tack vare kursen vet hur jag ska agera.

Kursen är totalt 1,5 timme, indelat i olika lektionspass om vardera 10-15 minuter. Var och en väljer om det passar att göra allt i ett svep, eller vid flera olika tillfällen.

- Det är bra att kunna plugga i lugn och ro hemma, istället för att behöva åka till butiken eller en kurslokal. För mig fungerade det bäst att göra kursen koncentrerat, under en och samma kväll, men alla har ju olika tid och möjligheter, avslutar Kim.

Vår gemensamma värdegrund

Clas Ohlson har en stark företagskultur, en speciell anda och värdegrund där personlig omsorg om medarbetare och kunder alltid har funnits med som ett naturligt inslag.

Kärnan i värdegrunden är handelsmannaskap. Det betyder att vi gillar att göra affärer och att alltid göra det med kundens bästa för ögonen. Vår värdegrund kännetecknas också av handlingskraft, värme, engagemang och nytänkande.

Handlingskraft

För oss är handlingskraft glädjen, viljan och förmågan att få saker att hända. Vi hittar lösningar på vardagens små och stora problem och förvandlar ord till handling.

Värme

För oss är värme den vänlighet, omtanke och servicevilja vi utstrålar i varje kundkontakt, i mötet med varandra inom företaget och i relationen med våra leverantörer.

Engagemang

För oss är engagemang att var och en får, och tar, sitt personliga ansvar. Oavsett roll och ansvarsområde är alla lika viktiga för att nå våra gemensamma mål.

Nytänkande

För oss är nytänkande att vara kreativ, innovativ och nyfiken. Vi söker hela tiden nya möjligheter, produkter och lösningar, samtidigt som vi är stolta över vår historia.

Värdegrunden är hjärtat i varumärket Clas Ohlson. Det är kompassen för arbetet inom hela koncernen och ledstjärnan för hur vi kommunicerar med våra kunder. När koncernen växer är det viktigt att värdegrunden är tydlig och hålls levande. Värdegrundsarbetet är viktigt för att kunna ge medarbetare och kunder i Sverige, Norge, Finland, Storbritannien och Kina en gemensam bild och upplevelse av Clas Ohlson.

Antal anställda*	Sverige	Norge	Finland	UK	Kina	Totalt
Butik	1 199	1 134	278	267	-	2 878
Distributionscentral	333	-	-	-	-	333
Tjänstemän	472	107	49	34	47	709
Totalt	2 004	1 241	327	301	47	3 920
- varav kvinnor, %	42	38	41	54	60	42
- varav tillsvidareanställda, %	90	86	97	88	4	88
- varav heltid	60	44	47	34	100	52

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

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

* 2012-04-30

Vårt ansvar för miljön

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

Vi arbetar systematiskt för att uppnå våra miljömål och att löpande förbättra företagets miljöprestanda. Clas Ohlsons miljöpolicy slår fast att miljöperspektivet ska finnas med i det dagliga arbetet och i alla viktiga beslut för att skapa långsiktigt värde för våra kunder, medarbetare, aktieägare och för samhället i stort.

Det innebär ett livscykelperspektiv som omfattar hela kedjan, från val av produkter, leverantörer, tillverkningsmetoder och transportsätt till produkternas material, användning, energiåtgång och avfallshantering.

Årets viktigaste händelser

- Utvecklingen av våra butikers belysningsystem fortsätter. Nya ljuskällor har inneburit att installerad effekt har minskats från 35 till 15 W/m², vilket är en effektivisering med 57 procent jämfört med äldre belysningsystem.

- Ökad höjd på godspallar från distributionscentralen till butiker. Efter en ergonomisk riskanalys har pallhöjden kunnat ökas med 20 cm. Det ger ökad fyllnadsgrad och därmed färre transporter, vilket ger minskad miljöpåverkan och lägre kostnader.
- Ny modell för bedömning av kemiska risker i varor. Sedan våren 2011 tillämpar vi en ny metodik för kravställning, provtagning och uppföljning av ställda krav i vårt inköpsarbete.

Miljöarbetet i ett större sammanhang

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

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

Klimatfrågan sätter även fokus på energianvändningen i samhället. EU utfärdar direktiv som syftar till förbättring av produkters energieffektivitet. Clas Ohlson erbjuder idag ett brett sortiment med energibesparande produkter. Som ett led i att hjälpa våra kunder att minska sin elförbrukning utvecklas kontinuerligt både sortiment och produktinformation, vilket gynnar både miljö och ekonomi.

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

Miljömål	Utfall 2011	Analys	Mål 2012	Aktiviteter
Sjöfrakt -5 % CO ₂ /tkm (jmf 2007)	+8,6 % (4,02 jmf 3,70)	Lägre fyllnadsgrad på containerfartyg.	3,52	
Lastbil -10 % CO ₂ /tkm (jmf 2007)	-2,9 % (50,4 jmf 51,9)	Högre fyllnadsgrad får ej genomslag i mätmetodikerna.	46,7	Ökad höjd på utlevererade pallar från distributionscentralen.
Tåg +10 % av andelen landtransporter (jmf 2007)	+20,5 % (19,4 jmf 16,1)	Intermodala transporter till butiker i UK. Målet för 2012 är uppnått.	17,7	
Flyg -10 % lägre andel (jmf 2007)	-35 % (0,0615 jmf 0,094)	Andelen flygfrakt balanserar på rimlig nivå. Målet för 2012 är uppnått.	0,085	
Tjänsteresor -20 % CO ₂ /km (jmf 2007)	-13 % (108,1 jmf 124,3)	Jämfört med 2010 minskar andelen tågresor och flyg- och bilresor ökar.	99,4	Max 150 g CO ₂ /km för nya tjänstebilar.
Förbrukning av drift-el på DC i Insjön -25 % kWh/pall (jmf 2007)	-15 % (20,2 jmf 23,8)	Fortsatt minskning trots att högre pallar har motsatt effekt.	17,1	Optimering av drifttider, godsflöden, kyla och ventilation.

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

Förklaring till tabellen: **CO₂/tkm** = koldioxidutsläpp per tonkilometer. **Intermodalitet**, innebär att en godsenshet, till exempel en container, fraktas med flera olika transportmedel, till exempel tåg, fartyg eller lastbil. **DC** = distributionscentralen.

Organisation och ansvar

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

Godstransporter och tjänsteresor

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

Cirka 85 procent av gods som kommer med båt från Asien till Göteborg transporteras vidare med järnväg till terminalen i Insjön. Inköpsavdelningen anpassar beställningar till hela containerns vilket ger optimal fyllnadsgrad. Gods från svenska och europeiska leverantörer samlas på flera orter för vidare transport med lastbil.

Utleverans från distributionscentral till butiker och kunder sker främst med lastbil, men andelen tåg- och båttransporter fortsätter öka, från 16,4 procent (2010/11) till 18,3 procent (2011/12).

Sedan juli 2011 har höjden på utlevererad pall från distributionscentralen ökat med ca 20 cm vilket medför lägre kostnader och minskad miljöpåverkan.

Nyckeltalet för klimatpåverkan vid tjänsteresor med bil, flyg och tåg har ökat med 8 procent, från 100 till 108 g CO₂/km. Förklaringen är minskad andel tågresor och ökad andel bil- och flygresor.

Resultat

Clas Ohlsons totala koldioxidutsläpp vid godstransporter minskade från 16 289 ton (2010/11) till 15 349 ton (2011/12). Ökat antal transporter med båt och tåg är den

främsta anledningen. Utsläppen per tonkilometer ökade, från 5,5 (2010/11) till 6,0 gram/tonkm (2011/12), främst på grund av minskad fyllnadsgrad vid sjöfrakt från Asien.

Produktansvar

Övergripande miljömål

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

Kemiska riskämnen

Antalet kemiska ämnen som regleras i EU:s Reach-förordning ökar snabbt. Clas Ohlson har lagt ett omfattande arbete på utbildning av leverantörer kring gällande lagar och riskbedömning av kemiskt innehåll i produkter och förpackningar. Vi har också arbetat fram ett avtal med ett ackrediterat laboratorium i Kina, där leverantörerna kan testa produkterna.

Utfasning av riskämnen

Alla material och ämnen i produkter skall minst uppfylla kraven i gällande lagstiftning. De ämnen som anses som riskämnen i Reach-förordningen fasar vi ut genom att sätta en maxgräns på 0,1 viktprocent. För våra textilier och läderprodukter har vi identifierat ytterligare ämnen, utöver lagstiftningen, som vi minimerar. Vi har också strängare krav än lagstadgade gränsvärden för material som kommer i kontakt med huden och som används av barn. I Reach-förordningen finns krav på att konsumenter ska informeras om innehåll av farliga kemikalier i varor inom 45 dagar på förfrågan. Vi har valt att informera direkt på produkten och på

Energianvändning*

	2011	2010	2009
Butikslokaler, el (kWh/m ² , år)*	139	150	139
Kontor, totalt (kWh/m ² , år)	142	157	205
Distributionscentral, totalt (kWh/m ² , år)	89	100	83
Distributionscentral, el (kWh/pall)	20,2	22,6	24,2
Eldningsolja Insjön, (m ³)	0,8	9,4	19,8

* exklusive butikerna i Storbritannien.

Total elförbrukning (GWh)

	2011	2010	2009
Butikslokaler*	34,0	30,9	24,2
Kontor	1,2	1,6	2,2
Distributionscentral	4,6	5,1	4,4

Fossil koldioxid (Ton)

	2011	2010	2009
Godstransporter	15 349	16 289	11 800
Resor	794	514	530
Uppvärmning**	11	186	286
El	3 453	2 760	1 079

**Emissioner av koldioxid härrör från förbränning av eldningsolja. Under 2011 baserades fjärrvärmen till cirka 1 % på eldningsolja och 99 % på biomassa. Av koldioxidemissionen kommer 2,0 ton från egen förbrukning samt 9,1 ton från fjärrvärmeproduktion.

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

Emission av koldioxid vid transporter och resor

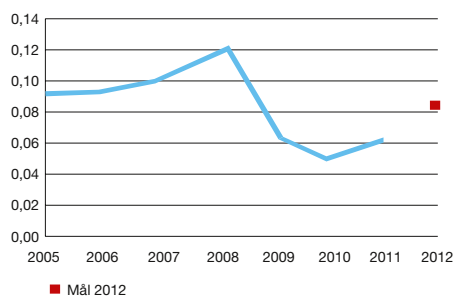
Transporter gram CO₂ per tonkilometer

	2011	2010	2009
Utfrakter	46,6	47,7	50,1
Infrakter - Europa	17,1	22,5	18,9
Infrakter - Asien	4,29	3,76	4,19

Tjänsteresor gram CO₂ per personkilometer

	2011	2010	2009
Medelvärde bil, flyg, tåg	108	100	108

Andel flygtransport (%) av totalt godsflöde



hemsidan när vi känner till att någon produkt innehåller en farlig kemikalie. Våra krav till leverantörerna är dock att det inte får förekomma några farliga kemikalier i produkterna.

Energieffektivitet

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

En betydande del av produkterna som berörs av direktiven ingår i Clas Ohlsons sortiment. Konkreta exempel är krav på minskade standby-förluster, ökad energieffektivitet på transformatorer samt den pågående utfasningen av glödlampor.

Eftermarknadsservice - slit, men inte släng

Att laga en produkt istället för att slänga är ett konkret exempel på hållbarhet. Förutom att produktens livslängd ökar skapas en miljövinst genom minskat avfall. Clas Ohlson har ett sortiment med tusentals reservdelar och en egen verkstad med servicetekniker. Våra medarbetares produktkunskaper uppskattas av kunderna, som också erbjuds reparationer till självkostnadspris.

Energianvändning

Övergripande miljömål

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

Distributionscentral

Den sammanlagda energianvändningen på distributionscentralen har minskat med cirka 11 procent och är åter på 2009 års nivå: 89 kWh per kvadratmeter och år. Det goda resultatet är en följd av systematisk optimering av ventilation, kylmaskiner och automationsutrustning.

Andra nyckeltal förstärker bilden av den positiva utvecklingen. Elförbrukningen per pall har minskat från 22,6 (2010/11) till 20,2 (2011/12) kWh/pall, detta trots ökad pallhöjd. Antalet plockade orderrader har ökat med 15 procent med oförändrat antal utlevererade pallar – en tydlig effektivisering som ger både lägre utsläpp och lägre kostnader.

Kontor

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

Butiker

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

Elförbrukningen i våra butiker visar på ett välkommet trendbrott och minskar med cirka 7 procent, från 150 kWh

per kvadratmeter och år (2010/11) till 139 (2011/12), exklusive butikerna i Storbritannien. I våra nordiska butiker ingår kyla/värme i hyresavtalet. I Storbritannien debiteras all fastighetsenergi däremot separat, vilket gör att förbrukningen inte kan jämföras med Norden.

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

Avfall

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

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

Förpackningar

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

I våra butiker säljs 8,8 miljoner bärkassar (2011/12) varav cirka 13 procent är papperskassar. Övriga är av materialet polyeten, PE. Introduktionen av en hållbar flergångskasse av armerad PP-plast har varit framgångsrik och försäljningen har ökat markant från cirka 80000 stycken (2010/11) till 198000 stycken (2011/12).

Förpackningar som skickas till våra distanshandelskunder är miljöanpassade genom användning av 57 procent returfiber och biobaserat lim. Clas Ohlson tar sitt producentansvar för förpackningar genom medlemskap i nationella insamlings- och återvinningsystem i Sverige, Norge, Finland och Storbritannien.

Trycksaker

Övergripande miljömål

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

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

Lagar och riktlinjer

Clas Ohlson berörs främst av följande EU-direktiv:

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

Läs mer

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

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

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

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

RoHS omfattar de produktkategorier som ingår i WEEE. I Sverige är Kemikalieinspektionen ansvarig myndighet.

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

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

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

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

I Sverige är Kemikalieinspektionen ansvarig myndighet.

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

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

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

I Sverige är Naturvårdsverket ansvarig myndighet.

Clas Ohlsons GRI-profil

En fullständig version finns att läsa på om.clasohlson.com Clas Ohlson redovisar på GRI:s tillämpningsnivå C.		
	Resultatindikatorer	Sidhänvisning
	Ekonomisk påverkan	
EC1	Skapat och levererat direkt ekonomiskt värde, inklusive intäkter, rörelsekostnader, ersättning till anställda, gåvor och andra samhällsinvesteringar, balanserad vinst samt betalningar till finansörer och den offentliga sektorn.	58-61
	Miljöpåverkan	
EN3	Direkt energianvändning per primär energikälla.	41
EN4	Indirekt energianvändning per primär energikälla.	41
EN16	Totala direkta och indirekta utsläpp av växthusgaser, i vikt.	41
EN17	Andra relevanta indirekta utsläpp av växthusgaser, i vikt.	41
EN18	Initiativ för att minska utsläppen av växthusgaser, samt uppnådd minskning.	28, 40, 41, 42
	Social påverkan	
LA1	Total personalstyrka, uppdelad på anställningsform, anställningsvillkor och region.	39, 73 not 31
LA2	Personalomsättning.	38
LA10	Genomsnittligt antal och utbildningstimmar per anställd och år, fördelat på personalkategorier.	36
LA13	Sammansättning av styrelse och ledning samt uppdelning av andra anställda efter kön, åldersgrupp, minoritetsgrupptillhörighet och andra mångfaldsindikatorer.	38, 76-79
	Mänskliga rättigheter	
HR2	Procent av betydande leverantörer och underleverantörer som har granskats avseende efterlevnad av mänskliga rättigheter, samt vidtagna åtgärder.	7, 33
HR4	Antal fall av diskriminering, samt vidtagna åtgärder.	34
HR5	Verksamheter för vilka man uppmärksammat att föreningsfriheten och rätten till kollektivavtal kan vara väsentligt hotade och åtgärder som vidtagits för att stödja dessa rättigheter.	34
HR6	Verksamheter för vilka man uppmärksammat att det finns väsentlig risk för fall av barnarbete och åtgärder som vidtagits för att bidra till avskaffande av barnarbete.	34
HR7	Verksamheter för vilka man uppmärksammat att det finns väsentlig risk för tvångsarbete och obligatoriskt arbete, och åtgärder som vidtagits för att bidra till avskaffande av tvångsarbete eller obligatoriskt arbete.	34
	Produktansvar	
PR1	De faser i livscykeln då produkters och tjänsters påverkan på hälsa och säkerhet ska utvärderas i förbättringssyfte, och andelen av väsentliga produkt- och tjänstekategorier som genomgått sådana utvärderingsprocesser.	41, 42



Clas Ohlsons traditionsenliga årsstämma lockar varje år ett stort antal besökare till Insjön i Dalarna. Det är en folkfest som avlutas med lunchbuffé för samtliga deltagare. Spelmän är ett uppskattat inslag som underhåller med folkmusik före stämman och vid lunchen.

En av Sveriges största årsstämmor

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

Under verksamhetsåret som omfattar perioden 20110501–20120430 steg aktiekursen från 98 kronor till 99 kronor, vilket är en uppgång med 1 procent. Under samma period minskade Affärsvärldens generalindex med 10 procent. Lägsta betalkurs under perioden var 66,50 kronor noterat i november 2011 medan högsta betalkurs under perioden var 106,75 kronor noterat i april 2012.

Omsättning

Under perioden omsattes 21 560 190 Clas Ohlson-aktier på Stockholmsbörsen vilket motsvarar en omsättningshastighet på 34 procent. Under samma period uppgick den totala omsättningshastigheten på Nasdaq OMX Stockholm till 95 procent.

Clas Ohlsons totala börsvärde uppgick den 30 april 2012 till 6,5 miljarder kr.

Aktiekapital

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

Egna aktier

Antalet registrerade aktier uppgår till 65 600 000 vilket är oförändrat mot föregående år. Per den 30 april 2012 innehade bolaget 1 985 000 aktier (1 890 000) motsvarande 3 procent av totala antalet registrerade aktier (3 procent). Antalet utestående aktier, netto efter återköp, uppgick vid periodens slut till 63 615 000.

För att säkra bolagets åtagande gällande villkorade matchningsaktier och personaloptioner i samband med LTI 2011 (se mer sidan 67) har Clas Ohlson under första kvartalet 2011/12 genomfört återköp av 126 520 aktier för totalt 11 Mkr till en genomsnittlig kurs om cirka 88 kronor per aktie.

Aktieägare

Den 30 april 2012 uppgick antalet aktieägare enligt den av Euroclear Sweden förda aktieboken till 27 462, jämfört med 28 333 den 30 april 2011. De tio största aktieägarna svarade vid samma tidpunkt för 63 procent av kapitalet och 77 procent av rösterna.

Utländska ägare svarade för 30 procent av kapitalet och 38 procent av rösterna. Svenska institutioner svarade för 36 procent av kapitalet och 20 procent av rösterna. Svenska privatpersoner svarade för 34 procent av kapitalet och 42 procent av rösterna.

Utdelningspolicy 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 2011/12 föreslår styrelsen att utdelning ska lämnas med 4,25 kronor per aktie (föregående år 3,75 kronor).

Styrelsens förslag motsvarar cirka 70 procent av koncernens resultat efter skatt (föregående år 68 procent) och 15 procent av koncernens eget kapital (föregående år 15 procent).

Aktieägarinformation

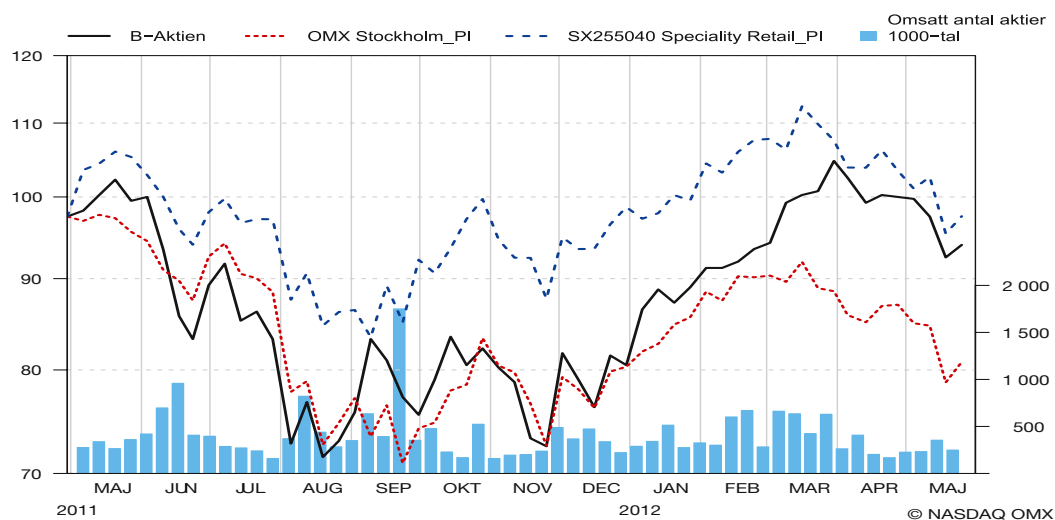
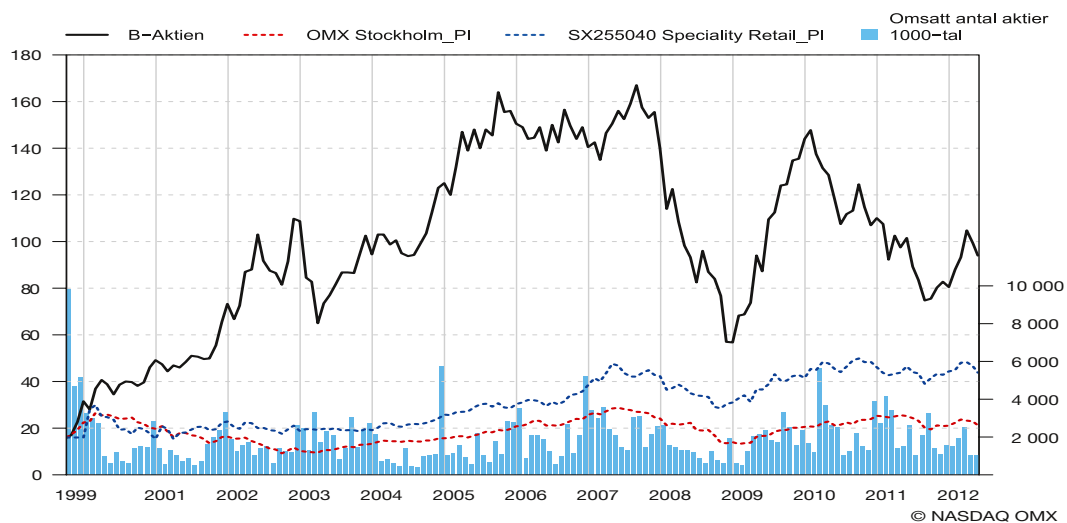
Vi är måna om att kontinuerligt delge marknaden våra försäljningssiffror och redovisar därför dessa så ofta som en gång i månaden. Informationen går ut via pressmeddelande i mitten av efterföljande månad. Clas Ohlsons resultat presenteras fyra gånger per år vid varje kvartalslut.

Vi distribuerar en tryckt årsredovisning via post till alla aktieägare som begär det och skickar också kontinuerligt ut våra delårsrapporter till dem som anmäler sitt intresse till oss. Delårsrapporterna kan fås via e-post eller som tryckt version via posten, enligt önskemål. Bolagets årsstämma är också en av Sveriges mest välbesökta, se mer sidan 50.

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. Även prospektet från börsintroduktionen finns att ladda hem som pdf-fil.

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

Clas Ohlson-aktien



Data per aktie³

	2011/12	2010/11	2009/10	2008/09	2007/08
Antal aktier, miljoner ²	63,6	63,8	64,4	65,1	65,6
Vinst per aktie, kr	6,29	5,71	6,72	5,62	6,43
Bruttokassaflöde per aktie, kr	9,11	8,27	8,86	7,04	7,71
Eget kapital per aktie, kr	28,98	26,01	25,61	22,99	22,86
Börskurs 30 april, kr	99	98	128	94	98
Utdelning per aktie, kr	4,25 ¹	3,75	3,75	3,00	5,00
P/e-tal, ggr	16	17	19	17	15
Kurs/bruttokassaflöde, ggr	11	12	15	13	13
Kurs/eget kapital, %	342	375	502	409	430
Direktavkastning, %	4,3	3,8	2,9	3,2	5,1
Utdelningsandel, %	68	66	56	54	78

¹ Föreslagen utdelning.

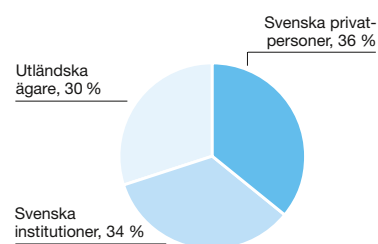
² Genomsnittligt antal aktier före utspädning.

³ Se nyckeltalsdefinitioner på sidan 80.

Aktiekapitalets utveckling

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

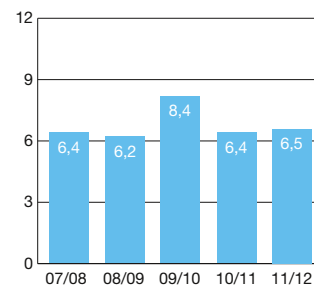
Aktieägarkategorier, % kapital



De största ägarna*

Ägare	Antal A-aktier	Antal B-aktier	Procent kapital	Procent röster
Helena Ek Tidstrand	1 368 060	6 179 828	11,5	16,9
Johan Tidstrand	1 368 060	900 000	3,5	12,4
Björn Haid	911 960	4 732 834	8,6	11,8
Peter Haid	911 960	3 785 243	7,2	11,0
Mary Haid	911 960	3 784 933	7,2	11,0
Håkan Thylén	288 000	530 000	1,3	2,9
AFA Försäkring		4 351 930	6,6	3,7
IF Skadeförsäkring		3 114 337	4,8	2,7
Lannebo fonder		2 318 245	3,5	2,0
Handelsbanken Fonder		1 769 367	2,7	1,5
Anders Moberg		1 400 000	2,1	1,1
Övriga aktieägare		26 973 283	41,0	23,0
Totalt	5 760 000	59 840 000	100,0	100,0

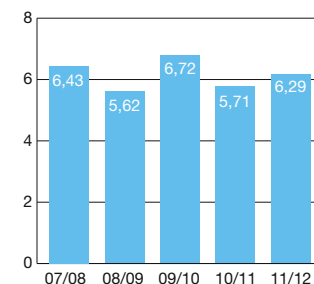
Börsvärde, miljarder kronor



Ägarkategorier*

Ägare	Antal A-aktier	Antal B-aktier	Procent kapital	Procent röster
Svenska privatpersoner	3 024 120	19 496 680	34,3	42,4
Svenska institutioner		23 495 740	35,8	20,0
Utländska ägare	2 735 880	16 847 580	29,9	37,6
Summa	5 760 000	59 840 000	100,0	100,0

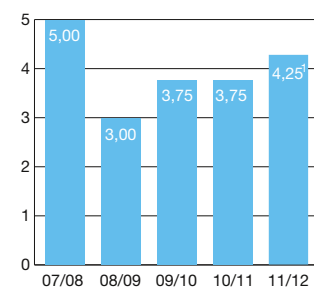
Vinst per aktie, kronor



Ägarstruktur*

Storleksklass	Antal aktier	Procent	Antal ägare
1-500	3 325 582	5,1	20 702
501-1000	3 456 385	5,3	4 231
1 001-5 000	4 565 464	7,0	2 128
5 001-10 000	1 577 994	2,4	208
10 001-20 000	1 232 489	1,9	85
20 001-100 000	2 787 357	4,2	63
100 001-500 000	7 592 742	11,6	30
500 001-	41 061 987	62,5	15
Summa	65 600 000	100,0	27 462

Utdelning per aktie, kronor



¹ Föreslagen utdelning

* per 2012-04-30

Förvaltningsberättelse

Clas Ohlson AB (publ), organisationsnummer 556035-8672

Styrelsen och verkställande direktören för Clas Ohlson AB (publ) med säte och huvudkontor i Insjön, Leksands kommun, får härmed avge årsredovisning för verksamhetsåret 2011-05-01 – 2012-04-30. Där ej annat anges avser uppgifterna koncernen. Uppgifter inom parentes avser föregående år. Samtliga belopp anges i miljontals svenska kronor om inget annat anges.

Verksamhet

Verksamheten utgörs av försäljning av produkter för hus och hem, teknik och hobby via egna butiker och distanshandel. Sortimentet inriktas på prisvärda produkter som behövs i vardagen. Verksamheten bedrivs i Sverige, Norge, Finland och Storbritannien. Antalet butiker var vid årets utgång 157 varav 68 i Sverige, 56 i Norge, 21 i Finland och 12 i Storbritannien.

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

Väsentliga händelser

Under verksamhetsåret har 18 nya butiker öppnats, varav sju i Sverige, sex i Norge, fyra i Finland och en i Storbritannien. Clas Ohlson har hittills etablerat tolv butiker på den brittiska marknaden.

Clas Ohlson fortsätter etableringen i Storbritannien men balanserar expansionstakten utifrån rådande marknadsförhållanden. De åtstramningar som gjorts för att förbättra de offentliga finanserna har påverkat den brittiska detaljhandeln negativt genom ett minskat konsumtionsutrymme och dämpad framtidstro bland brittiska konsumenter.

Responser från våra kunder i butikerna i Storbritannien är fortsatt positiv och trots det kärva marknadsklimatet är antalet besökare i de brittiska butikerna högre än koncerngenomsnittet. Konverteringsgraden och det genomsnittliga köpet är lägre i Storbritannien än genomsnittet i koncernen. Clas Ohlson räknar med att det tar tid att etablera varumärke och position på en helt ny marknad och att konverteringsgrad, genomsnittligt köp och omsättning förväntas att öka successivt under de kommande åren.

Försäljning och resultat

Försäljningen uppgick till 6 260 Mkr jämfört med 5 828 Mkr föregående år, en ökning med 7 procent. I lokala valutor ökade försäljningen med 7 procent. Distanshandeln uppgick till 95 Mkr jämfört med 89 Mkr föregående år, en ökning med 8 procent.

Försäljningstillväxten under verksamhetsåret påverkades av lägre försäljning i jämförbara butiker.

Försäljningen fördelar sig enligt följande:

Försäljningsområden (Mkr)

	2011/12	2010/11	Procentuell förändring	Procentuell förändring, lokal valuta
Länder				
Sverige	2 929	2 872	+ 2	+ 2
Norge	2 561	2 281	+ 12	+ 11
Finland	517	447	+ 16	+ 18
UK	254	228	+ 11	+ 14
	6 260	5 828	+ 7	+ 7

Av butikernas försäljningsökning på 7 procent fördelar sig:

Jämförbara butiker i lokal valuta	- 3 procent
Nya butiker	+ 10 procent
Valutaeffekter	0 procent
Summa	+ 7 procent

Bruttomarginalen uppgick till 42,1 procent jämfört med 41,6 procent föregående år. Den ökade marginalen beror främst på positiva valutaeffekter (USD) samt ökad andel direktinköp via eget inköpsbolag.

Försäljningskostnadernas andel ökade med 0,3 procentenheter till 30,5 procent (30,2 procent). Ökningen beror främst på lägre försäljning i jämförbara butiker men som delvis kompenseras av ökad produktivitet och lägre uppstartskostnader.

Under verksamhetsåret öppnades 18 nya butiker (19). Uppstartskostnaderna för nya och ombyggda butiker, inklusive utrangering av inventarier, uppgick till 46 Mkr (89 Mkr).

Årets avskrivningar uppgick till 179 Mkr jämfört med 159 Mkr föregående år. Ökningen hänförs främst till nya butiker.

Rörelseresultatet uppgick till 561 Mkr (507 Mkr). Rörelsemarginalen uppgick till 9,0 procent (8,7 procent).

Resultatet efter finansiella poster uppgick till 551 Mkr (499 Mkr). Ökningen hänförs främst till en förbättrad bruttovinst och lägre uppstartskostnader. Den lägre försäljningen i jämförbara butiker har belastat resultatet negativt men vars effekter delvis reducerats genom ökad produktivitet.

Avistakurserna för de viktigaste valutorna var i genomsnitt 1,17 för norska kronan och 6,60 för USA-dollar jämfört med 1,16 respektive 6,95 föregående år. Valutasäkringar har gjorts i USD och NOK. Bolagets policy är att säkra hälften av det förväntade flödet under en katalogperiod.

Utsikter för kommande verksamhetsår

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

Clas Ohlson har fortsatt att expandera och har haft en positiv utveckling med god lönsamhet på sina hemmamarknader under det senaste verksamhetsåret. Under de kommande åren beräknas etablering på nya marknader att belasta Clas Ohlsons rörelsemarginal med upp till 2-3 procentenheter under ett verksamhetsår. Tillväxten på nya marknader i Europa ska ske i enlighet med de långsiktiga finansiella målen.

Clas Ohlson planerar att under verksamhetsåret 2012/13 etablera totalt 15-20 butiker. Förutsättningar att etablera nya butiker i Sverige och Norge bedöms som fortsatt goda, trots en hög grad av förtätning. Den finska verksamheten har visat en positiv utveckling under de senaste åren och det finns en fortsatt stor tillväxtpotential i Finland. I Storbritannien ser Clas Ohlson en god tillväxtpotential på lång sikt men balanserar expansionstakten utifrån rådande marknadsförhållanden.

En fortsatt utveckling av Clas Ohlsons sortiment och säljkanaler, med bland annat den nya e-handelsplattformen, skapar ytterligare tillväxtpotentialer, både på etablerade marknader och på nya marknader i Europa.

Finansiell ställning

Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till 965 Mkr (350 Mkr). Ökningen beror främst på en positiv förändring av rörelsekapitalet med en förbättrad lagerstyrning. Årets kassaflöde, efter investerings- och finansieringsverksamhet, var -23 Mkr (49 Mkr). Under året har nyttjande av krediter minskats med 532 Mkr (föregående år ett ökat nyttjande med 295 Mkr). Ordinarie utdelning till Clas Ohlsons aktieägare i september 2011 uppgick till 239 Mkr (239 Mkr).

Genomsnittligt lagervärde under 12 månader uppgick till 1 291 Mkr (1 401 Mkr).

Vid årets slut uppgick varulagret till 1 229 Mkr (1 429 Mkr). Jämfört med samma månad föregående år har 18 butiker tillkommit. Det minskade varulagret beror främst på förbättrad lagerstyrning. Lageromsättningshastigheten på distributionscentralen under verksamhetsåret ökade till 6,1 (5,4).

Återköp av egna aktier avseende säkring av LTI 2011 (Long Term Incentive program 2011) har skett med 11 Mkr under verksamhetsårets första kvartal (62 Mkr).

Koncernens nettokassa, dvs. likvida medel reducerat med räntebärande skulder uppgick till 82 Mkr (föregående år nettoskuld 429 Mkr). Soliditeten uppgick till 60 procent (51 procent).

Investeringar

Under verksamhetsåret 2011/12 har investeringar gjorts med 207 Mkr (296 Mkr). Av dessa avser 93 Mkr (193 Mkr) investeringar i nya eller ombyggda butiker. Övriga investeringar är i huvudsak IT-investeringar och ersättningsinvesteringar. Investeringar i e-handel och IT-relaterade stödprocesser under verksamhetsåret uppgick till 56 Mkr (34 Mkr).

Aktien och aktiekapital

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

Den 30 april 2012 uppgick antalet aktieägare enligt den av Euroclear Sweden förda aktieboken till 27 462, jämfört med 28 333 den 30 april 2011. De tio största aktieägarna svarade vid samma tidpunkt för 63 procent av kapitalet och 78 procent av rösterna. För sammanställning, se sidan 45-47 i den tryckta årsredovisningen.

Bolagsordningen innehåller inga hembudsförbehåll eller andra begränsningar i B-aktiernas överlåtbarhet. Förutom bemyndigandet gällande återköp av aktier som framgår på sidan 55 finns det inga andra omständigheter av de slag som bolaget är skyldig att upplysa om enligt bestämmelserna i Årsredovisningslagen 6 kap 2a § p 4-11. Antalet registrerade aktier uppgår till 65 600 000 vilket är oförändrat mot föregående år. Per den 30 april 2012 innehade bolaget 1 985 000 aktier (1 890 000) motsvarande 3 procent av totala antalet registrerade aktier (3 procent). Antalet utestående aktier, netto efter återköp, uppgick vid periodens slut till 63 615 000 (63 710 000).

För att säkra bolagets åtagande gällande villkorade matchningsaktier och personaloptioner i samband med LTI 2011 har Clas Ohlson under första kvartalet 2011/12 genomfört återköp av 126 520 aktier för totalt 11 Mkr till en genomsnittlig kurs om cirka 88 kr per aktie.

Anställda

Antalet anställda i koncernen var i genomsnitt 2 370 (2 219) varav 1 000 (932) kvinnor. Fördelning per land är 1 305 (1 289) i Sverige, 628 (548) i Norge, 190 (168) i Finland, 210 (181) i Storbritannien och 37 (33) i Kina. Ytterligare information om anställda finns i noterna 6 och 31 i årsredovisningen.

Bolagsstyrning (sidan 50-53)

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

Svensk kod för bolagsstyrning

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

Efterlevnad av tillämpliga bestämmelser för börshandel

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

Bolagsstämma

Det högsta beslutande organet är årsstämman (den ordinarie bolagsstämman) som sedan börsintroduktionen 1999 alltid har hållits på en lördag i början av september i Insjön. Årsstämman utser varje år styrelse, styrelseordförande och revisorer för Clas Ohlson AB. Vidare beslutar årsstämman hur vinstmedlen ska disponeras. Andra frågor som förekommer är frågor som är obligatoriska punkter enligt aktiebolagslagen och Clas Ohlsons bolagsordning (finns i sin helhet på om.clasohlson.com). Årsstämman har alltid varit mycket välbesökt och den senaste lockade nästan 2 000 deltagare vilket gör den till en av Sveriges största.

Bolagets största aktieägare, representerande minst 10 procent av rösterna vardera, var den 30 april 2012 Helena Ek Tidstrand (16,9 procent), Johan Tidstrand (12,4 procent), Björn Haid (11,8 procent), Peter Haid (11,0 procent) och Mary Haid (11,0 procent).

Valberedning

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

Vid årsstämman den 11 september 2010 beslutades att en nomineringsprocess införs för tillsättning av valberedningen. Styrelsens ordförande ingår i valberedningen tillsammans med de fyra största aktieägarregistrerade eller på annat sätt kända aktieägares representanter (avstämningssdag den 30 september). Önskar aktieägare ej utse ledamot tillfrågas den därefter största aktieägaren. Valberedningen utser ordförande inom sig, vilket enligt svensk kod för bolagsstyrning inte ska vara styrelsens ordförande eller annan styrelseledamot. Inför årsstämman 2012 har en valberedning utsetts bestående av Johan Held, ord-

förande (företrädare AFA Försäkring), Anders Moberg (styrelseordförande i Clas Ohlson AB), Carl von Schantz (företrädare ägarfamiljen Haid), Göran Sundström (företrädare ägarfamiljen Tidstrand) och Johan Ståhl (företrädare Lannebo Fonder AB).

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

Gruppen har arbetat med nomineringsförfarandet till Clas Ohlsons årsstämma den 8 september 2012 och har haft tre möten, där styrelsens sammansättning har övervägts och diskuterats. Arbetet har inriktats på att säkerställa att Clas Ohlsons styrelse har rätt kompetens och sammansättning för att stödja bolagets fortsatta utveckling mot uppsatta mål. Den utvärdering av styrelsens arbete som gjorts under året har legat till grund för bedömningarna. Valberedningen har också arbetat med att säkerställa att styrelse- och kommittéarvoden är på lämplig nivå.

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

Revisorer

Årsstämman utser årligen revisorer för moderbolaget. Nuvarande revisorer är Öhrlings PricewaterhouseCoopers (PwC) som företräds av Annika Wedin (huvudansvarig från räkenskapsåret 2006/07) och Lennart Danielsson (från räkenskapsåret 2009/10). Båda är auktoriserade revisorer hos PwC. PwC valdes 2008 och är valda till och med årsstämman 2012. Ersättningen för revisionsuppdrag i koncernen har de senaste tre åren uppgått till 2,9 Mkr, 2,6 Mkr respektive 2,2 Mkr. Ersättningen för övriga uppdrag har de senaste tre åren uppgått till 0,2 Mkr, 0,6 Mkr respektive 0,9 Mkr. Arbetet utöver revision handlar i första hand om frågeställningar beträffande konsultationer i skattefrågor samt redovisningsreglerna IFRS. Revisorerens 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 åtta ledamöter, inklusive VD, som är valda av årsstämman. Utöver dessa ingår också två ledamöter och två suppleanter för de fackliga organisationerna inom företaget. Dessa väljs av sin respektive organisation. Den nuvarande styrelsen finns beskriven på sidan 76-77 i årsredovisningen.

Styrelsens möten

Direkt efter årsstämman hålls ett konstituerande styrelsemöte där styrelsens arbetsordning fastställs. Vid detta möte utses även ledamöter till styrelsens revisions- och ersättningsutskott samt firmatecknare för bolaget. Utöver detta möte har styrelsen ytterligare minst sex möten 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 hösten för strategiska diskussioner. Strategimötet brukar pågå i två dagar medan övriga möten normalt pågår i en dag. På

strategimötet diskuteras i huvudsak frågor avseende koncernens mål och strategier, sortiment, etableringsstrategi, större investeringar med mera. På övriga möten hanteras i huvudsak sedvanliga styrelsefrågor, bolagets rapporter samt avrapportering från styrelsens utskott. På två av styrelsemötena deltar bolagets revisorer och avrapporterar vad som framkommit under revisionen. Styrelsen träffar revisorerna en gång per år utan att företagsledningen är närvarande. Styrelsen har under verksamhetsåret haft tio styrelsemöten varav ett strategimöte. Styrelsen utvärderar sitt arbete årligen.

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

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

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

Arbetsfördelning mellan styrelse och VD

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

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 styrelsen även löpande information från VD via en månadsrapport.

Revisionsutskott

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

Revisionsutskottet har haft 7 möten under räkenskapsåret. Närvaron framgår av tabell på sidan 51. Mötena har protokollförts och avrapporterats på nästkommande styrelsemöte. Representanter för bolagets ledning och bolagets interncontroller har deltagit på utskottets möten som adjungerade ledamöter. Mötena har bland annat behandlat frågeställningar i syfte att säkerställa effektiviteten i

Styrelsens sammansättning och närvaro under verksamhetsåret⁶

Ledamot ^{7,8}	Invald	Oberoende ¹	Oberoende ²	Styrelsemöten	Revisionsutskott	Ersättningsutskott
Anders Moberg	2003	Ja	Ja	10/10 ⁵		3/3 ⁵
Klas Balkow	2007	Nej ³	Ja	10/10		
Björn Haid	1990	Ja	Nej ⁴	10/10		3/3
Cecilia Marlow	2007	Ja	Ja	10/10	7/7	
Lottie Svedenstedt	2004	Ja	Ja	10/10	7/7	
Sanna Suvanto-Harsaae	2010	Ja	Ja	10/10		3/3
Urban Jansson	2005	Ja	Ja	10/10	7/7 ⁵	
Edgar Rosenberger	2009	Ja	Ja	10/10		3/3

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

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

³ VD och koncernchef.

⁴ Stor aktieägare, se sidan 47.

⁵ Ordförande.

⁶ De fackliga organisationerna har haft två representanter i styrelsen.

För ytterligare information om styrelseledamöter, se sidan 76-77. Styrelsens och utskottens arbete beskrivs på sidan 50-52.

⁷ För uppgift om födelseår, arbetslivserfarenhet, uppdrag och aktieinnehav se sidan 76-77.

⁸ Ledamöternas ersättningar framgår av not 6, se sidan 66.

riskhantering och intern kontroll avseende den finansiella rapporteringen. Dessutom har bolagets delårsrapporter, årsredovisning, frågor beträffande redovisning, likviditet med mera behandlats i utskottet.

Ersättningsutskott

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

Ersättningsutskottet lägger fram förslag till riktlinjer när det gäller fast lön och rörlig ersättning för ledande befattningshavare. På motsvarande sätt fungerar processen när det gäller rörlig ersättning för samtliga medarbetare. Utskottet har under verksamhetsåret haft tre möten. Närvaron framgår av tabell på sidan 51. Mötena har protokollförts och avrapporterats på nästkommande styrelsemöte. Ersättningsutskottet har bland annat hanterat frågor beträffande fast och rörlig ersättning samt utvärderat det gällande långsiktiga incitamentsprogrammet (LTI).

Styrning av dotterföretagen

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

Ersättningar

Styrelsens arvode uppgick under verksamhetsåret till 2,8 Mkr i enlighet med årsstämans beslut. Av arvodet avsåg 0,6 Mkr ersättning för arbete i styrelsens ersättnings- och revisionsutskott. Av styrelsens totala arvode tillföll 0,7 Mkr styrelsens ordförande. Edgar Rosenberger har erhållit 0,1 Mkr i konsultarvode utöver styrelseuppdraget. För styrelsemedlemmar som är anställda i bolaget utgår inte något arvode.

Ingen ersättning utgår till ledamöterna i valberedningen. Bolagets VD erhöll under motsvarande period en ersättning på totalt 5,6 Mkr, varav 1,3 Mkr utgjorde rörlig ersättning (STI se not 6). Därutöver har rörlig ersättning på 0,8 Mkr gällande kostnadsförd del av långsiktiga incitamentsprogram (LTI 2009, LTI 2010 och LTI 2011) beräknats för VD. Ersättning till övriga nio ledande befattningshavare uppgick till 15,8 Mkr varav 2,6 Mkr utgjorde rörlig ersättning. För åtta av dessa samt till VD tillkommer även förmånen av fri bil. Årsstämman 2011 beslutade om riktlinjer för ersättningar till ledande befattningshavare avseende räkenskapsåret 2011/12.

Avgångsvederlag

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

Pensioner

Styrelseledamöterna har inga pensionsförmåner för sina styrelseuppdrag.

Pensionsåldern för VD och övriga ledande befattningshavare är 65 år. VD har en avgiftsbaserad pension till vilken det under året har betalats 1,5 Mkr. Övriga ledande befattningshavare erhåller pensionsrätt med grund enligt den gällande ITP-planen som även omfattar övriga tjänstemän i Sverige.

Ersättningsprinciper

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

Clas Ohlson ska sträva efter att erbjuda en konkurrenskraftig total ersättningsnivå med tyngdpunkt på betalning efter prestation. Detta innebär att den rörliga ersättningen kan utgöra en betydande andel av den totala ersättningen. Målet är att den fasta ersättningen skall befinna sig i den jämförbara marknadens median medan den totala ersättningen, när Clas Ohlson AB når eller överträffar sina mål, ska vara i marknadens övre kvartil. För ytterligare information om ersättningar se not 6, sidan 65-67.

Riskhantering

Inom Clas Ohlson uppdateras koncernens risksituation regelbundet. Detta görs genom en systematisk process där risker identifieras, värderas och bedöms, hanteras, övervakas samt rapporteras. Prioritet läggs på de risker som vid en samlad bedömning avseende möjlig påverkan och sannolikhet bedöms kunna ge mest negativ effekt. En viktig aspekt i detta är de åtgärder som görs för att undvika, reducera eller förflytta risken till annan part (försäkring). Riskerna läggs in i riskkartor för att tydliggöra den samlade exponeringen. Kartläggningen har gjorts på koncernnivå och utgör ett verktyg för styrelsens och bolagsledningens strategiska och operativa styrning. Genom kartläggningen kan fokus riktas mot att minska företagens riskexponering och att reducera konsekvensen av eventuella infriade risker. Arbetet med att sammanställa, övervaka och utveckla riskarbetet görs av koncernens riskkommitté. Rapportering av koncernens samlade riskstatus görs internt till revisionsutskott och styrelse två gånger per år (se även not 2, sidan 64-65).

Internkontroll avseende den finansiella rapporteringen

Styrelsen har det övergripande ansvaret för bolagets system avseende intern kontroll. Ansvaret regleras av aktiebolagslagen som också anger att revisionsutskottet har ett särskilt ansvar för att övervaka effektiviteten i riskhantering och internkontroll avseende den finansiella rapporteringen.

Bolagets arbete med den interna kontrollen följer det ramverk som framtagits av The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO). Ramverket består av fem delområden: kontrollmiljö, risk-

bedömning, kontrollaktiviteter, information och kommunikation samt uppföljning.

Kontrollmiljö

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

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

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

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

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

Riskbedömning och kontrollaktiviteter

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

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

Clas Ohlsons tillgångar utgörs till 90 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.

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

Information och kommunikation

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

Uppföljning

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

Varje delårsrapport analyseras av revisionsutskottet avseende riktigheten i den finansiella informationen. Revisionsutskottet har även en central roll i att följa upp att det finns tillräckliga kontrollaktiviteter för de mest väsentliga riskområdena avseende den finansiella rapporteringen samt att kommunicera väsentliga frågor med bolagets ledning, styrelse och revisorer. En viktig del är att säkerställa att eventuella synpunkter från revisorerna åtgärdas.

Två gånger per år träffar hela styrelsen bolagets revisorer för att ta del av den externa revisionen och diskutera aktuella frågor. Revisorernas rapportering utgör en del av styrelsens arbete med att bilda sig en uppfattning om den interna kontrollen och riktigheten i den finansiella informationen. VD deltar inte i eventuella frågeställningar som berör bolagsledningen.

Internrevision

Efter utvärdering under 2011/12 och tidigare år har styrelsen hittills inte funnit anledning att inrätta en internrevisionsfunktion. Istället har bolagets koncernövergripande controllerfunktion anpassats för att även hantera arbetet med bolagets interna kontroll. Frågan om att inrätta en särskild internrevisionsfunktion kommer att prövas på nytt årligen.

Risker och osäkerhetsfaktorer

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

Socialt ansvar

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

Miljöpåverkan

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

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

Riktlinjer för ersättning till ledande befattningshavare

Årsstämman 2011 beslutade att ersättning ska utgå enligt följande principer, vilka även kommer att föreslås på årsstämman 2012.

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

Fast lön

Fast lön ska utgöra grunden för den totala ersättningen. Lönen ska vara relaterad till den relevanta marknaden och avspegla omfattningen av det ansvar som arbetet innebär. Den fasta lönen ska ses över årligen för att säkerställa marknadsmässig och konkurrenskraftig fast lön.

Rörlig lön (Short Term Incentive "STI")

Ledande befattningshavare ska utöver den fasta lönen kunna erhålla STI för resultat som överskrider en eller flera förutbestämda prestationsnivåer under ett verksamhetsår. Ersättningen från STI-programmet kan maximalt utgöra 50 procent av den fasta lönen, vilket gör att bolaget från början kan beräkna maximala ersättningsnivåer.

Långsiktiga incitament (Long Term Incentive "LTI")

Styrelsen kommer att på årlig basis utvärdera huruvida ett långsiktigt incitamentsprogram (till exempel aktie- eller aktieprisbaserat) ska föreslås en stämma eller inte. Vid stämma i september 2008 antogs styrelsens förslag att införa det aktierelaterade incitamentsprogram, LTI 2009, för ledande befattningshavare och andra nyckelpersoner (maximalt 40 personer) som bedöms ha stor möjlighet att påverka Clas Ohlsons långsiktiga utveckling. Årsstämmorna 2009-2011 beslutade om motsvarande program inför verksamhetsåren 2010/11 (LTI 2010), 2011/12 (LTI 2011) och 2012/13 (LTI 2012).

Pension

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

Övriga förmåner

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

Uppsägningstid och avgångsvederlag

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

Bemyndigande för styrelsen att frångå riktlinjerna

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

För mer information om ersättningar, se not 6 samt sidan 52 i årsredovisningen.

Moderbolaget

Moderbolagets omsättning uppgick till 4 924 Mkr (4 619 Mkr) och resultatet efter finansiella poster uppgick till 481 Mkr (273 Mkr).

Årets investeringar har uppgått till 120 Mkr (132 Mkr). Moderbolagets ansvarsförbindelser uppgick till 282 Mkr (238 Mkr).

Händelser efter årets slut

I slutet av fjärde kvartalet lanserade Clas Ohlson sin nya e-handelsplattform i Sverige och Norge. Satsningen är strategiskt viktig för att kunna möta våra kunder genom flera parallella kanaler och att erbjuda bästa tillgänglighet och service anpassad efter kundens behov. Lanseringen är ett första steg som kommer att följas av fortsatt utveckling av vårt erbjudande och den tekniska plattformen för att skapa en integrerad upplevelse mellan olika säljkanaler. Lanseringen har medfört såväl ökad besöksstrafik som ökad försäljning. Lansering i Finland och Storbritannien planeras till sommaren 2012 och kommer att vara av stor vikt för att fler kunder ska upptäcka Clas Ohlson. Satsningen på e-handel skapar nya möjligheter att på ett kostnadseffektivt sätt etablera verksamhet och expandera på nya marknader. Inriktningen över tid är att erbjuda flera säljkanaler på samtliga marknader och med en kombination av e-handel och butiker anpassade efter varje lands specifika förutsättningar.

Mot bakgrund av dessa nya möjligheter inleds förberedelser för expansion på nya marknader, initialt med e-handel. Arbetet med marknads- och konkurrensundersökningar, översättning av bland annat produktmanualer och information på produkter har inletts för tysktalande marknader. En lansering i ett tysktalande land beräknas att ske tidigast under verksamhetsåret 2013/14.

Årsstämman i Clas Ohlson AB gav den 10 september 2011 styrelsen mandat att under perioden fram till nästa årsstämma förvärva maximalt 850 000 aktier för att säkra företagets åtagande i samband med införandet av ett aktierelaterat incitamentsprogram, LTI 2012. Det totala antalet aktier som krävs för att säkra åtagandet för LTI 2012 har beräknats till 760 000 aktier. En del av åtagandet för LTI 2012 kan säkras genom att använda aktier (394 000 st) som återköpts för att säkra LTI 2009 som förfallit och där matchningsaktier samt 7 optioner per köpt aktie tilldelats, totalt 246 008 optioner.

Styrelsen har beslutat att utnyttja stämmans bemyndigande för att återköpa de resterande 366 000 aktier som krävs för att säkra bolagets åtagande gällande LTI 2012. Förvärv kommer att ske på Nasdaq OMX Stockholm, under perioden fram till årsstämman 2012, till ett pris inom det vid var tid registrerade kursintervallet. Bolagets innehav av Clas Ohlson aktier uppgick per den 30 april 2012 till 1 985 000 aktier motsvarande 3 procent av totala antalet registrerade aktier.

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.

Clas Ohlsons utdelningspolicy innebär att utdelningsandelen bör motsvara cirka 50 procent av vinsten efter skatt. Därutöver kan styrelsen föreslå att överskjutande likviditet också delas ut.

Styrelsen föreslår en utdelning för 2011/12 på 4,25 kr per aktie (föregående år 3,75 kr). Den föreslagna utdelningen uppgår totalt till 279 Mkr (246 Mkr) vilket utgör 70 procent av koncernens resultat efter skatt.

Förslag till vinstdisposition

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

Balanserad vinst	513 574
Årets vinst	246 434
Summa	760 008

Styrelsen och verkställande direktören föreslår att:

Till aktieägarna utdelas 4,25 kronor per aktie	278 800
I ny räkning överföres	481 208
Summa	760 008

Som avstämningsdag för utdelning föreslås den 12 september 2012. Den av årsstämman beslutade utdelningen beräknas i så fall utsändas den 17 september 2012.

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 60,3 procent före utdelning och 51,2 procent efter utdelning. Detta bedöms vara en fullgod soliditet även beaktat den kommande expansionen.

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

Fem år i sammandrag

Mkr	2011/2012	2010/2011	2009/2010	2008/2009	2007/2008
RESULTATRÄKNING					
Nettoomsättning	6 260,0	5 828,0	5 555,8	4 930,2	4 661,6
Rörelseresultat	560,6	507,1	590,5	502,8	577,5
Resultat före skatt	551,0	499,0	588,2	503,8	587,8
Inkomstskatt	-150,5	-134,6	-155,4	-138,3	-166,0
Årets resultat	400,5	364,4	432,8	365,5	421,8
BALANSRÄKNING					
Anläggningstillgångar	1 518,5	1 480,4	1 366,5	1 197,5	852,0
Varulager	1 228,7	1 429,2	1 204,1	1 117,2	952,6
Kortfristiga fordringar	197,5	176,7	173,4	164,5	107,1
Likvida medel, kortfristiga placeringar	111,8	132,6	98,8	92,0	280,3
Summa tillgångar	3 056,5	3 218,9	2 842,8	2 571,2	2 192,0
Eget kapital	1 843,8	1 656,8	1 646,1	1 493,1	1 499,5
Långfristiga skulder, räntebärande	-	300,0	100,0	65,0	-
Långfristiga skulder, icke räntebärande	195,7	165,9	90,3	86,4	26,9
Kortfristiga skulder, räntebärande	30,0	261,7	171,4	208,6	-
Kortfristiga skulder, icke räntebärande	987,0	834,5	835,0	718,1	665,6
Summa eget kapital och skulder	3 056,5	3 218,9	2 842,8	2 571,2	2 192,0
KASSAFLÖDE					
Kassaflöde från rörelsen	964,9	350,3	602,8	339,7	480,0
Investeringar	-206,1	-295,3	-315,8	-433,1	-250,6
Kassaflöde efter investeringar	758,8	55,0	287,0	-93,4	229,4
Finansieringsverksamheten	-781,5	-6,0	-267,9	-109,2	-295,2
Årets kassaflöde	-22,7	49,0	19,1	-202,6	-65,8
NYCKELTAL					
Omsättningstillväxt, %	7,4	4,9	12,7	5,8	13,7
Bruttomarginal, %	42,1	41,6	40,8	40,8	40,2
Rörelsemarginal, %	9,0	8,7	10,6	10,2	12,4
Avkastning på sysselsatt kapital, %	27,9	24,6	32,6	32,6	41,8
Avkastning på eget kapital, %	23,1	22,5	28,0	24,4	29,4
Soliditet, %	60,3	51,5	57,9	58,1	68,4
Försäljning per kvadratmeter i butik, tkr	34	34	38	38	44
Antal butiker vid årets slut	157	139	120	106	86
Antal årsanställda	2 370	2 219	2 048	1 938	1 801
DATA PER AKTIE					
Genomsnittligt antal aktier före utspädning	63 635 998	63 802 230	64 383 906	65 065 008	65 600 000
Genomsnittligt antal aktier efter utspädning	63 702 052	63 870 584	64 432 321	65 075 701	65 600 000
Vinst per aktie före utspädning, kr	6,29	5,71	6,72	5,62	6,43
Vinst per aktie efter utspädning, kr	6,29	5,71	6,72	5,62	6,43
Bruttokassaflöde per aktie, kr	9,11	8,27	8,86	7,04	7,71
Eget kapital per aktie, kr	28,98	26,01	25,61	22,99	22,86
Utdelning, kr	4,25 ¹	3,75	3,75	3,00	5,00

¹ Föreslagen utdelning.

Kommentarer

Försäljning

Försäljningen uppgick till 6 260 Mkr jämfört med 5 828 Mkr föregående år, en ökning med 7 procent. I lokala valutor ökade försäljningen med 7 procent. Distanshandeln uppgick till 95 Mkr jämfört med 89 Mkr motsvarande period föregående år, en ökning med 8 procent.

Försäljningstillväxten under verksamhetsåret påverkades av lägre försäljning i jämförbara butiker.

Antal butiker

2011/12 öppnades 18 nya butiker (19). Antalet butiker var vid periodens utgång 157 varav 68 i Sverige, 56 i Norge, 21 i Finland och 12 i Storbritannien.

Rörelseresultat

Rörelseresultatet uppgick till 561 Mkr (507 Mkr). Ökningen hänförs främst till en förbättrad bruttovinst och lägre uppstartskostnader. Den lägre försäljningen i jämförbara butiker har belastat resultatet negativt men vars effekter delvis reducerats genom ökad produktivitet.

Bruttomarginal

Bruttomarginalen uppgick till 42,1 procent jämfört med 41,6 procent motsvarande period föregående år. Den ökade marginalen beror främst på positiva valutaeffekter (USD) samt ökad andel direktinköp via eget inköpsbolag.

Rörelsemarginal

Rörelsemarginalen uppgick till 9,0 procent (8,7 procent). Ökningen hänförs främst till en förbättrad bruttovinst och lägre uppstartskostnader. Den lägre försäljningen i jämförbara butiker har belastat resultatet negativt men vars effekter delvis reducerats genom ökad produktivitet.

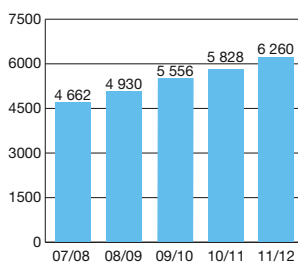
Kassaflöde

Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick under perioden till 965 Mkr (350 Mkr). Ökningen beror främst på en positiv förändring av rörelsekapitalet med en förbättrad lagerstyrning. Periodens kassaflöde, efter investerings- och finansieringsverksamhet, var -23 Mkr (49 Mkr). Under perioden har nyttjande av krediter minskats med 532 Mkr (föregående år ett ökat nyttjande med 295 Mkr). Ordinarie utdelning till Clas Ohlsons aktieägare i september 2011 uppgick till 239 Mkr (239 Mkr).

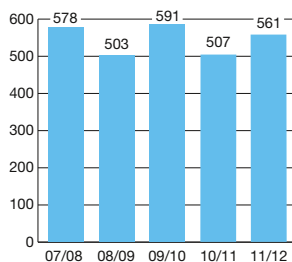
Avkastning

Avkastningen på sysselsatt kapital uppgick till 27,9 procent (24,6 procent) och avkastningen på eget kapital uppgick till 23,1 procent (22,5 procent).

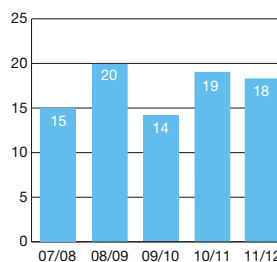
Försäljning, Mkr



Rörelseresultat, Mkr



Antal nya butiker



Koncernen

Resultaträkning

Mkr	Not	110501 -120430	100501 -110430
	1, 2		
Nettoomsättning		6 260,0	5 828,0
Kostnad för sålda varor	4, 5, 6	-3 623,7	-3 401,7
Bruttoresultat		2 636,3	2 426,3
Försäljningskostnader	4, 5, 6	-1 906,6	-1 761,6
Administrationskostnader	4, 5, 6, 7	-168,4	-156,9
Övriga rörelseintäkter	3	23,2	3,1
Övriga rörelsekostnader	3	-23,9	-3,8
Rörelseresultat		560,6	507,1
<i>Finansiella poster</i>			
Finansiella intäkter	8	6,0	3,2
Finansiella kostnader	8	-15,6	-11,3
Resultat före skatt		551,0	499,0
Inkomstskatt	9	-150,5	-134,6
Årets vinst		400,5	364,4
Antal aktier, miljoner		63,6	63,8
Vinst per aktie, kr (före och efter utspädning för vinst hänförlig till moderbolagets aktieägare under året)	10	6,29	5,71
Föreslagen utdelning per aktie, kr	11	4,25	3,75

Totalresultat Koncernen

Mkr	110501 -120430	100501 -110430
Årets vinst	400,5	364,4
Övriga totalresultat, netto efter skatt:		
Valutakursdifferens	20,9	-52,3
Kassaflödessäkring	8,0	-6,3
Övriga totalresultat, netto efter skatt:	28,9	-58,6
Totalresultat för året	429,4	305,8

Kassaflödesanalys

Mkr	110501 -120430	100501 -110430
<i>Den löpande verksamheten</i>		
Rörelseresultat	560,6	507,1
<i>Justering för poster som inte ingår i kassaflödet</i>		
- avskrivningar	179,1	159,3
- resultat från försäljning/utrangering av anläggningstillgångar	-0,6	2,9
- övriga ej kassaflödospåverkande poster	10,0	8,5
Erhållna räntor	6,0	3,2
Erlagda räntor	-16,6	-10,3
Betald skatt	-77,3	-127,7
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapital	661,2	543,0
<i>Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital</i>		
- kundfordringar	-1,1	13,5
- varulager	209,1	-255,0
- övriga fordringar	-1,1	-16,6
- leverantörsskulder	66,0	-69,2
- andra kortfristiga räntefria rörelseskulder	30,8	134,6
Kassaflöde från den löpande verksamheten	964,9	350,3
<i>Investeringsverksamheten</i>		
Investeringar i immateriella anläggningstillgångar	-55,5	-33,9
Investeringar i materiella anläggningstillgångar	-151,4	-262,5
Försäljning av inventarier	0,6	0,9
Amortering av finansiella anläggningstillgångar	0,2	0,2
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-206,1	-295,3
<i>Finansieringsverksamheten</i>		
Förändring av kortfristiga räntebärande skulder	-231,7	90,3
Banklån		
- nya lån	-	200,0
- amortering	-300,0	0,0
Upptagande av långfristiga ej räntebärande skulder	-	5,0
Återköp av egna aktier	-11,2	-62,4
Utdelning till aktieägare	-238,6	-238,9
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	-781,5	-6,0
Årets kassaflöde	-22,7	49,0
Likvida medel vid årets början	132,6	98,8
Kursdifferens i likvida medel	1,9	-15,2
Likvida medel vid årets slut	111,8	132,6

Koncernen

Balansräkning

Mkr	Not	12-04-30	11-04-30
Tillgångar			
Anläggningstillgångar	12		
<i>Immateriella anläggningstillgångar</i>		87,4	33,5
<i>Materiella anläggningstillgångar</i>			
Byggnader och mark		542,6	571,1
Inventarier, verktyg och installationer		885,0	864,9
Pågående nyanläggningar		0,0	0,0
Summa materiella anläggningstillgångar		1 427,6	1 436,0
<i>Finansiella anläggningstillgångar</i>			
Aktier och andelar		0,1	0,1
Uppskjutna skattefordran	9	3,2	10,4
Långfristiga fordringar		0,2	0,4
Summa finansiella anläggningstillgångar		3,5	10,9
Summa anläggningstillgångar		1 518,5	1 480,4
Omsättningstillgångar			
Varulager	13	1 228,7	1 429,2
Kundfordringar	14	17,1	15,7
Övriga fordringar	17	27,1	30,5
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	15	153,3	130,5
Likvida medel	16	111,8	132,6
Summa omsättningstillgångar		1 538,0	1 738,5
Summa tillgångar		3 056,5	3 218,9

Balansräkning

Mkr	Not	12-04-30	11-04-30
Eget kapital och skulder			
Eget kapital	18		
<i>Kapital och reserver som kan hänföras till moderbolagets aktieägare</i>			
Aktiekapital, 65 600 000 aktier med kvotvärde 1,25		82,0	82,0
Övrigt tillskjutet kapital		90,4	90,4
Andra reserver		-47,0	-75,9
Balanserad vinst inklusive årets resultat		1 718,4	1 560,3
Summa eget kapital		1 843,8	1 656,8
Långfristiga skulder			
Uppskjutna skatteskulder	9	190,5	160,8
Banklån	20	-	300,0
Pensionsförpliktelser	19	0,3	0,3
Övriga långfristiga skulder		5,0	4,8
Summa långfristiga skulder		195,8	465,9
Kortfristiga skulder			
Utnyttjad checkkredit	20	30,0	261,7
Leverantörsskulder	20	396,8	329,5
Skatteskuld		101,1	70,9
Övriga kortfristiga skulder	17, 20	65,3	37,3
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	21	397,4	373,4
Övriga avsättningar	22	26,4	23,4
Summa kortfristiga skulder		1 016,9	1 096,2
Summa eget kapital och skulder		3 056,5	3 218,9

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

Mkr	Aktiekapital	Övrigt tillskjutet kapital	Omräknings-differenser	Säkrings-reserv	Balanserad vinst	Summa
Ingående balans per 1 maj 2010	82,0	90,4	-18,7	1,4	1 491,0	1 646,1
Totalresultat						
Årets resultat					364,4	364,4
Övrigt totalresultat						
Kassafördessäkringar efter skatt ¹	0,0	0,0	0,0	-6,3	0,0	-6,3
Valutakursdifferenser	0,0	0,0	-52,3	0,0	0,0	-52,3
Summa övrigt totalresultat	0,0	0,0	-52,3	-6,3	0,0	-58,6
Summa totalresultat	0,0	0,0	-52,3	-6,3	364,4	305,8
Transaktioner med aktieägare						
Återköp av egna aktier	0,0	0,0	0,0	0,0	-62,4	-62,4
Personaloptionsprogram: värde på anställdas tjänstgöring	0,0	0,0	0,0	0,0	6,2	6,2
Utdelning	0,0	0,0	0,0	0,0	-238,9	-238,9
Summa transaktioner med aktieägare	0,0	0,0	0,0	0,0	-295,1	-295,1
Utgående balans per 30 april 2011	82,0	90,4	-71,0	-4,9	1 560,3	1 656,8
Ingående balans per 1 maj 2011	82,0	90,4	-71,0	-4,9	1 560,3	1 656,8
Totalresultat						
Årets resultat	0,0	0,0	0,0	0,0	400,5	400,5
Övrigt totalresultat						
Kassafördessäkringar efter skatt ²	0,0	0,0	0,0	8,0	0,0	8,0
Valutakursdifferenser	0,0	0,0	20,9	0,0	0,0	20,9
Summa övrigt totalresultat	0,0	0,0	20,9	8,0	0,0	28,9
Summa totalresultat	0,0	0,0	20,9	8,0	400,5	429,4
Transaktioner med aktieägare						
Återköp av egna aktier	0,0	0,0	0,0	0,0	-11,2	-11,2
Personaloptionsprogram: värde på anställdas tjänstgöring	0,0	0,0	0,0	0,0	7,4	7,4
Utdelning	0,0	0,0	0,0	0,0	-238,6	-238,6
Summa transaktioner med aktieägare	0,0	0,0	0,0	0,0	-242,4	-242,4
Utgående balans per 30 april 2012	82,0	90,4	-50,1	3,1	1 718,4	1 843,8

¹ Skatt har beaktats med 2,3 Mkr. ² Skatt har beaktats med 2,8 Mkr.

Moderbolaget

Resultaträkning

Mkr	Not	110501 -120430	100501 -110430
	1, 2		
Nettoomsättning	23	4 924,3	4 619,4
Kostnad för sålda varor	4, 23	-3 451,1	-3 388,6
Bruttoresultat		1 473,2	1 230,8
Försäljningskostnader	4,5,6	-866,0	-829,4
Administrationskostnader	4,5,6,7	-128,5	-121,0
Övriga rörelseintäkter	3	23,1	2,7
Övriga rörelsekostnader	3	-23,9	-1,4
Rörelseresultat	4,5,6,7	477,9	281,7
<i>Finansiella poster</i>			
Ränteintäkter	8	22,2	6,8
Räntekostnader	8	-19,5	-15,4
Resultat efter finansiella poster		480,6	273,1
Bokslutsdispositioner	25	-148,6	-114,9
Resultat före skatt		332,0	158,2
Inkomstskatt	9	-85,6	-52,0
Årets vinst		246,4	106,2
Föreslagen utdelning per aktie, kr (före och efter utspädning)	11	4,25	3,75

Totalresultat Moderbolaget

Mkr	110501 -120430	100501 -110430
Årets vinst	246,4	106,2
Övriga totalresultat, netto efter skatt:		
Resultat från säkring av nettoinvestering i utlandsverksamhet	12,4	-29,5
Totalresultat för året	258,8	76,7

Kassaflödesanalys

Mkr	110501 -120430	100501 -110430
<i>Den löpande verksamheten</i>		
Rörelseresultat	477,9	281,7
<i>Justering för poster som inte ingår i kassaflödet</i>		
- avskrivningar	112,7	106,4
- resultat från försäljning/utrangering av anläggningstillgångar	1,0	1,1
- övriga ej kassaflödespåverkande poster	20,5	6,8
Erhållna räntor	22,2	6,8
Erlagda räntor	-20,5	-14,5
Betald skatt	-52,3	-119,2
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapital	561,5	269,1
<i>Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital</i>		
- kundfordringar	-2,8	-0,4
- varulager	182,2	-154,4
- övriga fordringar	-14,2	5,5
- leverantörsskulder	60,1	-44,5
- andra kortfristiga räntefria rörelseskulder	129,6	186,0
Kassaflöde från den löpande verksamheten	916,4	261,3
<i>Investeringsverksamheten</i>		
Investeringar i immateriella anläggningstillgångar	-55,5	-33,9
Investeringar i materiella anläggningstillgångar	-64,0	-98,2
Försäljning av inventarier	0,5	0,6
Amortering av finansiella anläggningstillgångar	-	-115,7
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-119,0	-247,2
<i>Finansieringsverksamheten</i>		
Återköp av aktier	-11,2	-62,4
Förändring av checkräkningskredit	-231,7	90,3
Banklån - nya lån	-	200,0
- amortering	-300,0	0,0
Upptagande av långfristiga ej räntebärande skulder	-	5,0
Utdelning till aktieägare	-238,6	-238,9
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	-781,5	-6,0
Årets kassaflöde	15,9	8,1
Likvida medel vid årets början	70,2	62,1
Likvida medel vid årets slut	86,1	70,2

Moderbolaget

Balansräkning

Mkr	Not	12-04-30	11-04-30
Tillgångar			
Anläggningstillgångar	12		
<i>Immateriella anläggningstillgångar</i>		87,4	33,5
<i>Materiella anläggningstillgångar</i>			
Byggnader och mark		541,3	569,6
Inventarier, verktyg och installationer		528,1	548,5
Pågående nyanläggningar		0,0	0,0
Summa materiella anläggningstillgångar		1 069,4	1 118,1
<i>Finansiella anläggningstillgångar</i>			
Fordran koncernföretag		413,3	400,9
Andelar i koncernföretag	24	33,3	45,7
Aktier och andelar		0,1	0,1
Summa finansiella anläggningstillgångar		446,7	446,7
Summa anläggningstillgångar		1 603,5	1 598,3
Omsättningstillgångar			
<i>Varulager</i>			
Handelsvaror	13	838,5	1 020,7
Summa varulager		838,5	1 020,7
<i>Kortfristiga fordringar</i>			
Kundfordringar	14	12,2	9,4
Fordran på koncernföretag	23	104,7	107,0
Övriga fordringar		1,5	0,8
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	15	73,9	69,2
Summa kortfristiga fordringar		192,3	186,4
Kassa och bank	26	86,1	70,2
Summa omsättningstillgångar		1 116,9	1 277,3
Summa tillgångar		2 720,4	2 875,6

Balansräkning

Mkr	Not	12-04-30	11-04-30
Eget kapital och skulder			
Eget kapital	18		
<i>Bundet eget kapital</i>			
Aktiekapital, 65 600 000 aktier med kvotvärde 1,25		82,0	82,0
Reservfond		106,8	106,8
Summa bundet eget kapital		188,8	188,8
<i>Fritt eget kapital</i>			
Fond för verkligt värde		-32,0	-44,4
Balanserad vinst		545,6	681,8
Årets vinst		246,4	106,2
Summa fritt eget kapital		760,0	743,6
Summa eget kapital		948,8	932,4
Obeskattade reserver	27	723,1	574,5
Avsättningar			
Övriga avsättningar	22	13,9	13,3
Summa avsättningar		13,9	13,3
Långfristiga skulder			
Övriga långfristiga skulder	20	5,0	5,0
Banklån	20	-	300,0
Summa långfristiga skulder		5,0	305,0
Kortfristiga skulder			
Utnyttjad checkkredit	20	30,0	261,7
Leverantörsskulder	20	341,9	281,9
Skuld till koncernföretag		357,0	248,7
Skatteskuld		70,5	28,8
Övriga kortfristiga skulder	20	13,8	11,2
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	21	216,4	218,1
Summa kortfristiga skulder		1 029,6	1 050,4
Summa eget kapital och skulder		2 720,4	2 875,6
Ställda säkerheter	28	0,0	97,0
Ansvarsförbindelser	29	281,5	237,9

Förändring i moderbolagets eget kapital

Mkr	Aktiekapital	Reservfond	Fritt eget kapital	Summa
Ingående balans per 1 maj 2010	82,0	106,8	962,0	1 150,8
Utdelning			-238,9	-238,9
Återköp egna aktier			-62,4	-62,4
Personaloptionsprogram: värde på anställdas tjänstgöring			6,2	6,2
Övrigt totalresultat			76,7	76,7
Utgående balans per 30 april 2011	82,0	106,8	743,6	932,4
Ingående balans per 1 maj 2011	82,0	106,8	743,6	932,4
Utdelning			-238,6	-238,6
Återköp egna aktier			-11,2	-11,2
Personaloptionsprogram: värde på anställdas tjänstgöring			7,4	7,4
Övrigt totalresultat			258,8	258,8
Utgående balans per 30 april 2012	82,0	106,8	760,0	948,8

Redovisningsprinciper och noter

Belopp i Mkr om ej annat anges

Not 1 Redovisnings- och värderingsprinciper

Överensstämmelse med normgivning och lag

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

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

Nya och ändrade standarder från och med 1 maj 2011

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

Kommande standarder och ändringar

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

IAS 19 "Ersättningar till anställda" har ändrats, vilket medför att koncernen kommer att sluta tillämpa "korridormetoden" och i stället redovisa alla aktuariella vinster och förluster i övrigt totalresultat när de uppstår. Koncernen avser att tillämpa den ändrade standarden för det räkenskapsår som börjar 1 maj 2012. Ändringen bedöms få endast försumbar effekt på koncernens resultat och ställning.

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

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

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

Förutsättningar vid upprättandet

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

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

Uppskattningar och antaganden

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

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

Koncernredovisning

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

Omräkning av utländsk valuta

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

Intäkter

Koncernens intäkter genereras av försäljning av produkter till konsument i enlighet med försäljningsvillkoren. Försäljningsintäkterna redovisas netto med avdrag för mervärdesskatt, returer, reservering för öppet köp och rabatter. Intäkterna redovisas i samband med försäljning/leverans till kund då väsentliga risker och förmåner som är förknippade med varornas ägande har överförts till köparen. Ränteintäkter avser ränta på banktillgodohavanden. Intäkten redovisas i den period som räntan avser.

Inkomstskatter

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

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

Anläggningstillgångar

Anläggningstillgångar redovisas till anskaffningsvärde efter avdrag för ackumulerade avskrivningar och eventuella ackumulerade nedskrivningar. I anskaffningsvärdet ingår inköpspriset samt kostnader direkt hänförliga till tillgången för att bringa den på plats och i skick för att utnyttjas i enlighet med syftet med anskaffningen. Avskrivningar baseras på tillgångarnas anskaffningskostnad och beräknade nyttjandeperiod. Linjär avskrivning

används för samtliga anläggningstillgångar. Mark skrivs inte av. Koncernen tillämpar komponentavskrivning, vilket innebär att komponenternas bedömda nyttjandeperiod ligger till grund för avskrivningen. Följande nyttjandeperioder tillämpas:

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

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

Nedskrivningar

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

Aktiverade IT- och programvarukostnader

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

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

Direkt hänförliga utgifter balanseras som en del av programvaran och innefattar utgifter för anställda och en skälig andel av indirekta kostnader.

Övriga utvecklingskostnader, som inte uppfyller dessa kriterier, kostnadsföres när de uppstår. Utvecklingskostnader som tidigare kostnadsförts redovisas inte som tillgång i efterföljande period.

Utvecklingskostnader för programvara som redovisas som tillgång skrivs av under sin bedömda nyttjandeperiod.

Leasing

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

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

Lånekostnader

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

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

Varulager

Varulagret har värderats med tillämpning av först-in först-ut principen, till det lägsta av anskaffningsvärdet och nettoförsäljningsvärdet på balansdagen.

Nettoförsäljningsvärdet är det uppskattade försäljningspriset i den löpande verksamheten med avdrag för försäljningskostnader. Avdrag sker för internvinster som uppkommer vid leverans mellan i koncernen ingående bolag. Erforderlig inkuransavsättning har gjorts. I kostnader för varulager ingår överföringar från övrigt totalresultat av eventuella vinster/förluster från kassaflödessäkringar som uppfyller villkoren för säkringsredovisning, hänförliga till inköp av varor.

Fordringar

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

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

Finansiella instrument

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

Lånefordringar och kundfordringar

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

Kassaflödessäkring

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

Säkring av nettoinvestering

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

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

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

Likvida medel

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

Ersättningar till anställda

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

I avgiftsbestämda planer betalar företaget fastställda avgifter till en separat juridisk enhet och har inga förpliktelser att betala ytterligare avgifter. Koncernens resultat belastas med kostnader i takt med att förmånerna intjänas.

I förmånsbaserade planer utgår ersättningar till anställda och före detta anställda baserat på lön vid pensioneringstidpunkten och antal tjänsteår. Koncernen bär risken för att de utfästa ersättningarna utbetalas. I balansräkningen redovisas nettot av beräknat nuvärde av förpliktelseerna 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 statsobligationer (avser Norge) med en löptid som motsvarar de aktuella åtagandena. De viktigaste aktuariella antagandena anges i not 19.

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

Vidare förekommer långsiktiga incitamentsprogram som ger anställda rätt att förvärva aktier och som förutsätter godkännande av bolagsstämma. LTI 2009, LTI 2010 och LTI 2011 redovisas i enlighet med IFRS 2 aktierelaterade ersättningar. Koncernen gör avsättningar för förväntade sociala kostnader som kommer att betalas när aktierna tilldelas och när optionerna nyttjas. Avsättningen för sociala kostnader omvärderas vid varje balansdag utifrån verkligt värde.

Avsättningar

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

Leverantörsskulder

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

Upplåning

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

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

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

Kassaflödesanalys

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

Segmentsredovisning

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

Moderbolagets redovisningsprinciper

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

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

Not 2 Finansiella risker

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

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, användningen av derivat samt placering av överlikviditet.

MARKNADSRISK

Valutarisk

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

Ungefär 46 procent av bolagets inköp görs i andra valutor än den svenska. De viktigaste inköpsvalutorna är USA-dollar (USD), Hongkongdollar (HKD) och euro (EUR). Vidare är den svenska kronans utveckling mot den norska (NOK) mycket viktig för koncernen då mer än en tredjedel av försäljningen sker i Norge. Nettoexponeringen mot euro är låg, eftersom bolaget har en högre försäljning i euro genom expansionen på den finska marknaden. Nedanstående tabell visar hur resultatet påverkas av förändringar av de viktigaste valutorna.

Valuta	Förändring	Påverkan på resultat före skatt, Mkr
NOK	+/- 5 procent	+/- 54
USD	+/- 5 procent	-/+ 46
HKD	+/- 5 procent	-/+ 8
EUR	+/- 5 procent	+/- 4
GBP	+/- 5 procent	-/+ 7

Likvida medel är också utsatta för en valutarisk då en viss del av medlen är placerade hos dotterföretagen.

Refinansierings- och likviditetsrisk

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

Ränterisk

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

Prisrisk

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

Kreditrisk

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

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

Kapitalrisk

Kapitalrisken betecknas som låg då koncernen vid bokslutstillfället hade en låg andel skulder och en soliditet på 60,3 procent.

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

Not 3 Övriga rörelseintäkter och rörelsekostnader

	Koncernen		Moderbolaget	
	2011/12	2010/11	2011/12	2010/11
Övriga rörelseintäkter				
Hysesintäkter	22,7	2,3	22,7	2,3
Resultat vid försäljning eller utrangering av materiella anläggningstillgångar	0,5	0,8	0,4	0,4
Summa	23,2	3,1	23,1	2,7
Övriga rörelsekostnader				
Hyeskostnader	-22,4	0,0	-22,4	0,0
Resultat vid försäljning eller utrangering av materiella anläggningstillgångar	-1,5	-3,8	-1,5	-1,4
Summa	-23,9	-3,8	-23,9	-1,4

Not 4 Avskrivningar

Koncernen	2011/12	2010/11
Avskrivningar fördelade per tillgångsslag		
Immatriella anläggningstillgångar*	1,6	0,4
Byggnader och mark	29,1	29,0
Inventarier, verktyg och installationer	148,4	129,9
Summa	179,1	159,3
Avskrivningar fördelade per funktion		
Kostnad för sålda varor	65,0	64,3
Försäljningskostnader	108,3	91,0
Administrationskostnader	5,8	4,0
Summa	179,1	159,3

Moderbolaget	2011/12	2010/11
Avskrivningar fördelade per tillgångsslag		
Immatriella anläggningstillgångar*	1,6	0,4
Byggnader och mark	28,9	28,7
Inventarier, verktyg och installationer	82,2	77,3
Summa	112,7	106,4
Avskrivningar fördelade per funktion		
Kostnad för sålda varor	65,0	59,0
Försäljningskostnader	41,9	43,4
Administrationskostnader	5,8	4,0
Summa	112,7	106,4

* Avskrivning på immateriella tillgångar redovisas som försäljningskostnader

Not 5 Kostnader fördelade på kostnadsslag

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

Lönekostnaderna inklusive sociala kostnader i koncernen har under räkenskapsåret uppgått till 1 300,0 Mkr (1 204,9 Mkr) och i moderbolaget till 762,9 Mkr (752,9 Mkr). Avskrivningarna i koncernen har under räkenskapsåret uppgått till 179,1 Mkr (159,3 Mkr) och i moderbolaget till 112,7 Mkr (106,4 Mkr).

Not 6 Kostnader för ersättning till anställda

	2011/12	2010/11
Löner och andra ersättningar		
Moderbolaget	557,2	556,0
Dotterföretag	464,5	388,6
Summa koncernen	1 021,7	944,6

	2011/12	2010/11
	varav	varav
	Sociala pensionskostnader	Sociala pensionskostnader

Sociala kostnader

Moderbolaget	2011/12	2010/11
Dotterföretag	72,6	18,5
Summa koncernen	278,3	56,2

Av moderbolagets pensionskostnader avser 2,2 Mkr (2,2 Mkr) gruppen styrelse, vd och vvd. Av dotterföretagens pensionskostnader avser 0,8 Mkr (0,9 Mkr) vd i dotterföretag.

I koncernen uppgick årets kostnader för avgiftsbaserade pensioner till 48,2 Mkr (42,5 Mkr) och förmånsbaserade pensioner till 0,3 Mkr (0,3 Mkr).

I moderbolaget förekommer endast avgiftsbaserade pensionsplaner (inklusive Alecta) där årets kostnader uppgick till 30,0 Mkr (27,4 Mkr). I moderbolaget uppgick årets kostnader för särskild löneskatt på pensionspremier till 7,7 Mkr (7,8 Mkr). För mer information när de gäller de förmånsbaserade pensionsplanerna i koncernen, se not 19.

Ersättningar till styrelseledamöter, verkställande direktörer och andra ledande befattningshavare

	2011/12	2010/11
Moderbolaget		
Löner och andra ersättningar	28,0	19,5
– varav tantiem	0,0	0,0
Pensionskostnader	5,3	4,4
Antal personer i gruppen	17	14
	2011/12	2010/11
Koncernen		
Löner och andra ersättningar	34,6	26,0
– varav tantiem	0,0	0,0
Pensionskostnader	6,1	5,3
Antal personer i gruppen	21	18

Ersättningar till styrelse

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

Inga styrelsearvodet har utgått i dotterföretagen.

	2011/12		2010/11	
	Styrelse-arvode	Utskotts-arvode	Styrelse-arvode	Utskotts-arvode
Styrelsen				
Anders Moberg, ordförande	0,55	0,12	0,55	0,12
Björn Haid, ledamot	0,28	0,06	0,28	0,06
Cecilia Marlow, ledamot	0,28	0,07	0,28	0,07
Sanna Suvanto-Harsaae, ledamot	0,28	0,06	0,28	0,06
Klas Balkow, ledamot och VD	0,00	0,00	0,00	0,00
Lottie Svedenstedt, ledamot	0,28	0,07	0,28	0,07
Urban Jansson, ledamot	0,28	0,14	0,28	0,14
Edgar Rosenberger, ledamot*	0,28	0,06	0,28	0,06
Summa styrelsen	2,20	0,58	2,20	0,58

* Har utöver ovanstående erhållit 0,1 Mkr (0,0 Mkr) i konsultarvode.

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

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

Ersättningar till ledande befattningshavare

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

För sammansättningen av koncernledningen per 2012-04-30, se sidorna 78-79 i den tryckta årsredovisningen.

	2011/12				2010/11			
	Fast lön	Rörlig ers. STI	För-lön ¹	För-mån timer	Fast lön	Rörlig ers. STI	För-lön ¹	För-mån timer
Löner till ledande befattningshavare								
Klas Balkow, VD	4,3	1,3	0,8	0,2	4,2	0,6	0,6	0,2
Vice verkställande direktör	2,5	0,6	0,5	0,1	2,4	0,3	0,4	0,1
Andra ledande befattningshavare (8 st och 5 st 2010/11)	10,7	2,0	1,5	0,7	6,2	0,5	0,8	0,4
Summa ledningen	17,5	3,9	2,8	1,0	12,8	1,4	1,8	0,7

¹ LTI (Long term incentive program) avser bokförd kostnad avseende LTI 2009, LTI 2010 och LTI 2011. Se nedan beskrivning av STI (Short term incentive program) respektive LTI.

	2011/12		2010/11	
	Avgifts-baserad	Förmåns-baserad	Avgifts-baserad	Förmåns-baserad
Pensionskostnader till ledande befattningshavare				
Klas Balkow, VD	1,5	0,0	1,5	0,0
Vice verkställande direktör	0,7	0,0	0,7	0,0
Andra ledande befattningshavare (8 st och 5 st 2010/11)	3,1	0,0	2,2	0,0
Summa ledningen	5,3	0,0	4,4	0,0

Enligt anställningsavtalet med verkställande direktören är den ömsesidiga uppsägningstiden sex månader. Vid uppsägning från bolagets sida tillkommer 12 månaders lön. Under uppsägningstiden utgår gällande lön och förmåner. Pensionsåldern är 65 år och nuvarande pensionspremie motsvarar 1,5 Mkr.

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

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

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

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

Könsfördelningen bland de ledande befattningshavarna i moderbolaget tillika koncernen var under verksamhetsåret åtta män och två kvinnor. Fördelningen blir således 80 procent män och 20 procent kvinnor. Föregående år var fördelningen 87 procent män och 13 procent kvinnor.

Mer information om beslutsprocesser i koncernen återfinns även på sidan 50-53 i den tryckta årsredovisningen.

Ersättningsprinciper:

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

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

Fast lön

Fast lön ska utgöra grunden för den totala ersättningen. Lönen ska vara relaterad till den relevanta marknadens och avspeglar omfattningen av det ansvar som arbetet innebär. Den fasta lönen ska ses över årligen för att säkerställa marknadsmässig och konkurrenskraftig fast lön.

Rörlig lön (Short Term Incentive "STI")

Ledande befattningshavare ska utöver den fasta lönen kunna erhålla STI för resultat som överskrider en eller flera förutbestämda prestationsnivåer under ett verksamhetsår. Klart definierade prestationsmål bestäms årligen av styrelsen eller av personer som styrelsen utser. Prestationsmålen kan vara verksamhetsanknutna, finansiella och personliga.

Ersättningen från STI-programmet har en begränsning (tak), vilket gör att Clas Ohlson från början kan beräkna maximala ersättningsnivåer. I den mån en prestation inte motsvarar lägsta prestationsnivå utgår ingen STI. STI ska vara beroende av position och får uppgå till maximalt 50 procent av lönen vid uppnående av så kallad tak-nivå, vilket också utgör maximalt utfall av STI.

Långsiktiga incitamentsprogram (Long Term Incentive "LTI")

Syftet med de långsiktiga incitamentsprogrammen är att skapa förutsättningar för att behålla och rekrytera kompetent personal till koncernen, tillhandahålla konkurrenskraftig ersättning samt förena aktieägarnas och de ledande befattningshavarnas intressen.

Långsiktiga incitamentsprogram som ger anställda rätt att förvärva aktier förutsätter godkännande av bolagsstämman. Under räkenskapsåret har LTI 2009, LTI 2010 och LTI 2011 pågått. Efter räkenskapsårets slut har LTI 2009 avslutats och LTI 2012 igångsatts. LTI 2009, LTI 2010, LTI 2011 och LTI 2012 är aktiematchnings- och resultatbaserade personaloptionsprogram.

Långsiktiga incitamentsprogram LTI 2009, LTI 2010 och LTI 2011

LTI 2009, LTI 2010 respektive LTI 2011 godkändes på årsstämmorna 2008, 2009 och 2010. Programmen omfattar 38-45 ledande befattningshavare och andra personer som bedöms kunna påverka Clas Ohlsons utveckling långsiktigt.

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

Den anställda kan också tilldelas resultatbaserade personaloptioner. Personaloptionerna tilldelas vederlagsfritt och varje personaloption berättigar innehavaren att förvärva en Clas Ohlson B-aktie. Priset per aktie när optionen nyttjas beräknas till 110 procent av medeltalet av för var börsdag fastställd volymviktad genomsnittlig betalkurs för bolagets B-aktie på Nasdaq OMX Stockholm under en period av 10 börsdagar före förvärvsperiodens början. Lösenpriset för LTI 2009, LTI 2010 och LTI 2011 har fastställts till 98,10 kr, 141,30 kr respektive 108,10 kr. Optionerna kan utnyttjas tidigast tre år och senast sju år från den dag då optionerna tilldelades. För att optionen ska kunna utnyttjas måste innehavaren fortfarande vara anställd inom Clas Ohlson-koncernen och behållit sin personliga investering under tre år från datumet för tilldelningen. Innehavet av optionerna medför inga rättigheter att få kompensation för utdelning för de underliggande aktierna.

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

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

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

Kvalifikationsperioden och prestationsperioden för det långsiktiga incitamentsprogrammet LTI 2009 löpte under perioden 1 maj 2009 till 30 april 2012. Tilldelning av totalt 30 751 aktier genomfördes den 2 maj, efter räkenskapsårets slut, i enlighet med stämmobeslutet om aktiematchning med 1 aktie per köpt aktie till de deltagare som kvarstod i anställning efter den 3-åriga kvalifikationsperioden. Utifrån fastställda kriterier avseende försäljnings- samt vinsttillväxt under perioden 2009-2012 har deltagarna tilldelats 7 optioner per köpt aktie. Nyttjandepriiset för en option uppgår till 98,10 kr.

Inga av optionerna för resterande program var möjliga att nyttja per 30 april 2012. Det antal som kan nyttjas efter tre år baseras på tillväxt och resultatmålnens infriande enligt ovan. Det belopp som kostnadsförts baseras på nivåerna 7 optioner per aktie för LTI 2009, 8 optioner per aktie för LTI 2010 och 10 optioner per aktie för LTI 2011.

I enlighet med ovan kommer LTI 2010 och LTI 2011 att omfatta följande antal B-aktier och personaloptioner för de olika deltagarkategorierna om målnivån Target uppnås (se tabell nedan).

Den totala kostnaden som redovisats mot resultaträkningen för 2011/12 uppgår till 9,3 Mkr varav 1,9 Mkr är sociala avgifter.

Återköpta aktier för LTI-programmen

Clas Ohlson har under 2009, 2010 och 2011 återköpt Clas Ohlson B-aktier för att kunna uppfylla bolagets långsiktiga förpliktelser enligt incitamentsprogrammen. Aktierna är återköpta i syfte att tilldelas eller säljas till deltagarna. Clas Ohlson avser att sälja ytterligare aktier på marknaden i samband med att optioner nyttjas eller aktier tilldelas för att täcka betalningen av sociala kostnader.

Not 7 Ersättning till revisorer

	Koncernen		Moderbolaget	
	2011/12	2010/11	2011/12	2010/11
Öhrnings PricewaterhouseCoopers				
Revisionsuppdraget	2,6	2,4	1,6	1,1
Revisionsverksamhet utöver revisionsuppdraget	0,3	0,2	0,2	0,2
Skatterådgivning	0,1	0,5	0,0	0,2
Övrigt	0,1	0,1	0,1	0,1
Summa	3,1	3,2	1,9	1,6

Långsiktiga incitamentsprogram LTI 2010 och LTI 2011³

Deltagare	LTI 2010			LTI 2011		
	Matchningsaktier antal B-aktier ¹	Antal personal- optioner ¹	Målvärde Mkr ²	Matchningsaktier antal B-aktier ¹	Antal personal- optioner ¹	Målvärde Mkr ²
VD	3 197	31 970	1,4	4 264	42 640	1,4
Andra medlemmar av koncernledningen	6 895	68 950	3,1	11 552	115 520	3,8
Övriga deltagare	17 669	176 690	8,0	22 582	225 820	7,4
Totalt	27 761	277 610	12,5	38 398	338 398	12,6

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

² Programmets målvärde beräknas utifrån det verkliga värdet på tilldelningsdagen. Aktiens värde på tilldelningsdagen uppgick till 116,49 kr (LTI 2010)/ 85,9 kr (LTI 2011) och det verkliga värdet på optionen uppgick till 33,47 kr/24,22 kr. För att beräkna optionernas verkliga värde har den binomiala modellen för optionsvärdering använts. Värdering har gjorts med ett initialt aktiepris på 128,49 kr/98,31 kr, ett lösenpris på 141,30 kr/108,10 kr, en förväntad utdelning per aktie och år, en förväntad löptid på optionerna om 5 år, en ränta om 2,35 procent/2,98 procent, en volatilitet om 41,04 procent/40,92 procent samt årliga avgångar om 5 procent. Volatiliteten mätt som standardavvikelse för förväntad avkastning på aktiepriset baseras på en statistisk analys av dagliga aktiekurser under de senaste tre åren. Värdena har justerats för diskonterade värdet av framtida utdelningar.

³ Initialt vid programmets start förvärvade deltagarna 30 614 respektive 38 398 aktier inom ramen för LTI 2010 och LTI 2011.

Not 8 Finansiella intäkter och kostnader

Finansiella intäkter är fördelade enligt nedan:

Koncernen	2011/12	2010/11
Ränteintäkter	6,0	3,2
Summa koncernen	6,0	3,2
Moderbolaget	2011/12	2010/11
Ränteintäkter	1,0	0,2
Ränteintäkter dotterföretag	21,2	6,6
Summa moderbolaget	22,2	6,8

Finansiella kostnader är fördelade enligt nedan:

Koncernen	2011/12	2010/11
Räntekostnader	-15,6	-11,3
Moderbolaget	2011/12	2010/11
Räntekostnader	-15,4	-11,3
Räntekostnader dotterföretag	-4,1	-4,1
Summa moderbolaget	-19,5	-15,4

Not 9 Inkomstskatt

	Koncernen		Moderbolaget	
	2011/12	2010/11	2011/12	2010/11
Skatt på årets resultat				
Inkomstskatt på årets resultat	113,7	73,8	85,6	52,0
	113,7	73,8	85,6	52,0
Uppskjuten skatt				
Uppskjuten skatt avseende temporära skillnader	38,8	58,8	0,0	0,0
Uppskjuten skatt avseende skattevärde i aktiverade underskottsavdrag	-2,0	2,0	0,0	0,0
	36,8	60,8	0,0	0,0
Totalt redovisad skatte-kostnad	150,5	134,6	85,6	52,0
Avstämning mellan gällande skattesats och effektiv skattesats				
Redovisat resultat före skatt	551,0	499,0	332,0	158,2
Inkomstskatt beräknad enligt nationella skattesatser gällande för resultat i respektive land (26-28%)	-147,6	-134,2	-87,3	-41,6
Skatteeffekt av:				
Ej avdragsgilla kostnader	-3,8	-2,8	-1,4	-2,4
Temporära skillnader	1,2	2,6	3,1	-7,8
Justering tidigare taxering	-0,3	-0,2	0,0	-0,2
Redovisad skattekostnad	-150,5	-134,6	-85,6	-52,0

Gällande skattesats för inkomstskatt, %	26,6	26,9	26,3	26,3
Effektiv skattesats, %	27,3	27,0	32,9	32,9
Uppskjutna skatteposter som har redovisats direkt mot eget kapital	0,0	0,0	0,0	0,0

Koncernen	2011/12	2010/11
Redovisade uppskjutna skattefordringar och -skatteskulder		
Inventarier, verktyg och installationer	-1,9	-2,1
Varulager	0,0	0,0
Internvinst i varulager	-5,0	-7,7
Reserveringar	6,6	8,2
Pensioner	0,3	0,2
Avskrivningar utöver plan	-85,1	-74,1
Periodiseringsfonder	-105,1	-77,0
Underskott i juridiska personer	0,0	2,0
Övrigt	2,9	0,0
Summa uppskjuten skattefordran (+) uppskjuten skatteskuld (-), netto	-187,3	-150,5
Uppskjuten skattefordran	3,2	10,4
Uppskjuten skatteskuld	-190,5	-160,9

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

Koncernen 2011/12	Belopp vid årets ingång	Redovisat över resultat-räkningen	Belopp vid årets utgång
Förändring av uppskjuten skatt i temporära skillnader under året			
Inventarier, verktyg och installationer	-2,1	0,2	-1,9
Varulager	0,0	0,0	0,0
Internvinst i varulager	-7,7	2,7	-5,0
Reserveringar	8,2	-1,6	6,6
Pensioner	0,2	0,1	0,3
Avskrivningar utöver plan	-74,1	-11,0	-85,1
Periodiseringsfonder	-77,0	-28,1	-105,1
Underskott i dotterbolag	2,0	-2,0	0,0
Övrigt	0,0	2,9	2,9
Summa	-150,5	-36,8	-187,3
Koncernen 2010/11	Belopp vid årets ingång	Redovisat över resultat-räkningen	Belopp vid årets utgång
Förändring av uppskjuten skatt i temporära skillnader under året			
Inventarier, verktyg och installationer	-4,7	2,6	-2,1
Varulager	1,1	-1,1	0,0
Internvinst i varulager	31,9	-39,6	-7,7
Skattemässig periodisering	2,7	5,5	8,2
Pensioner	0,1	0,1	0,2
Avskrivningar utöver plan	-60,4	-13,7	-74,1
Periodiseringsfonder	-60,4	-16,6	-77,0
Underskott i dotterbolag	0,0	2,0	2,0
Summa	-89,7	-60,8	-150,5

Not 10 Vinst per aktie

	2011/12	2010/11
<i>Vinst per aktie före utspädning</i>		
Årets resultat	400,5	364,4
Genomsnittligt antal aktier före utspädning	63,6	63,8
Vinst per aktie före utspädning	6,29	5,71
<i>Vinst per aktie efter utspädning</i>		
Årets resultat	400,5	364,4
Genomsnittligt antal aktier efter utspädning	63,7	63,9
Vinst per aktie efter utspädning	6,29	5,71

Resultat per aktie före och efter utspädning

Beräkningen av resultat per aktie har baserats på årets resultat hänförligt till moderbolagets aktieägare uppgående till 400,5 Mkr (364,4 Mkr) och på ett vägt genomsnitt antal utestående aktier före respektive efter utspädning under såväl 2010/11 som 2011/12.

Not 11 Utdelning per aktie

De utdelningar som betalades ut under 2011/12 och 2010/11 uppgick till 238,6 Mkr (3,75 kr per aktie) respektive 238,9 Mkr (3,75 kr per aktie). På årsstämman den 8 september 2012 kommer en utdelning avseende år 2011/12 på 4,25 kr per aktie, totalt 279 Mkr, att föreslås. Den föreslagna utdelningen har inte redovisats som skuld i dessa finansiella rapporter.

Not 12 Anläggningstillgångar

	Koncernen		Moderbolaget	
	2011/12	2010/11	2011/12	2010/11
<i>Materiella anläggningstillgångar</i>				
Byggnader och mark				
Ingående anskaffningsvärde	737,5	681,3	735,7	678,9
Årets anskaffningar	0,6	25,3	0,6	25,3
Omklassificeringar	0,0	31,5	0,0	31,5
Omräkningsdifferenser	0,0	-0,6	0,0	0,0
Utgående ackumulerat anskaffningsvärde	738,1	737,5	736,3	735,7
Ingående avskrivningar	166,4	137,9	166,1	137,4
Årets avskrivningar	29,1	29,0	28,9	28,7
Omräkningsdifferenser	0,0	-0,5	0,0	0,0
Utgående ackumulerade avskrivningar	195,5	166,4	195,0	166,1
Utgående planenligt restvärde	542,6	571,1	541,3	569,6
Bokfört värde mark	6,5	6,5	6,5	6,5
Inventarier, verktyg och installationer				
Ingående anskaffningsvärde	1 301,5	1 139,7	849,3	790,4
Årets anskaffningar	151,0	219,2	63,6	54,8
Omklassificeringar	0,0	21,0	0,0	21,0
Försäljningar och uttrangeringar	-22,4	-34,3	-22,0	-16,9
Omräkningsdifferenser	31,9	-44,1	0,0	0,0
Utgående ackumulerat anskaffningsvärde	1 462,0	1 301,5	890,9	849,3

	Koncernen		Moderbolaget	
	2011/12	2010/11	2011/12	2010/11
Ingående avskrivningar	436,6	352,1	300,9	239,0
Årets avskrivningar	148,4	129,9	82,2	77,3
Försäljningar och uttrangeringar	-21,1	-32,5	-20,3	-15,4
Omräkningsdifferenser	13,1	-12,9	0,0	0,0
Utgående ackumulerade avskrivningar	577,0	436,6	362,8	300,9
Utgående planenligt restvärde	885,0	864,9	528,1	548,4

Immateriella anläggningstillgångar

Aktiverade IT- och programvarukostnader

Ingående anskaffningsvärde	33,9	0,0	33,9	0,0
Årets anskaffningar	55,5	33,9	55,5	33,9
Utgående ackumulerat anskaffningsvärde	89,4	33,9	89,4	33,9
Ingående avskrivningar	0,4	0,0	0,4	0,0
Årets avskrivningar	1,6	0,4	1,6	0,4
Utgående ackumulerade avskrivningar	2,0	0,4	2,0	0,4
Utgående planenligt restvärde	87,4	33,5	87,4	33,5

Pågående nyanläggningar

Ingående anskaffningsvärde	0,0	34,5	0,0	34,5
Årets anskaffningar	0,0	18,0	0,0	18,0
Omklassificeringar	0,0	-52,5	0,0	-52,5

Utgående ackumulerat anskaffningsvärde

	0,0	0,0	0,0	0,0
--	-----	-----	-----	-----

Övriga finansiella anläggningstillgångar

Ingående anskaffningsvärde	0,5	0,7	446,7	360,5
Minskning/ökning av långfristiga fordringar	-0,2	-0,2	12,4	86,2
Minskning/ökning av andelar i koncernföretag	0,0	0,0	-12,4	0,0
Utgående ackumulerat anskaffningsvärde	0,3	0,5	446,7	446,7
Verkligt värde	0,3	0,5	446,7	446,7

Investeringsåtaganden

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

Byggnader och mark	0,0	0,1	0,0	0,1
Inventarier, verktyg och installationer	88,0	116,5	27,0	47,5

Not 13 Varulager

	Koncernen		Moderbolaget	
	2011/12	2010/11	2011/12	2010/11
Handelsvaror	1 228,7	1 429,2	838,5	1 020,7
Summa	1 228,7	1 429,2	838,5	1 020,7
Kostnad för sålda varor	3 623,7	3 401,7	3 451,1	3 388,6
Varav inkurans	24,0	20,4	16,1	14,8

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

Not 14 Kundfordringar

	Koncernen		Moderbolaget	
	2011/12	2010/11	2011/12	2010/11
Kundfordringar	17,1	15,7	12,2	9,4
Summa	17,1	15,7	12,2	9,4
Verkligt värde	17,1	15,7	12,2	9,4

Not 15 Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter

	Koncernen		Moderbolaget	
	2011/12	2010/11	2011/12	2010/11
Förutbetalda hyror	88,8	65,6	43,3	35,5
Förutbetalda varukostnader	17,5	28,3	17,5	26,9
Övriga förutbetalda kostnader	47,0	36,6	13,1	6,8
Summa	153,3	130,5	73,9	69,2

Not 16 Likvida medel

Koncernen	2011/12	2010/11
Kassa och bank	111,8	132,6
Summa koncernen	111,8	132,6

Nyttjad checkräkningskredit, vilken ej ingår i likvida medel, uppgick vid årets slut i koncernen till 30,0 Mkr (261,7 Mkr), se not 20.

Onyttjad checkräkningskredit, vilken ej ingår i likvida medel, uppgick i koncernen till 320,0 Mkr (88,3 Mkr).

Not 17 Terminkontrakt

Per balansdagen finns utestående kassafödessäkringar enligt tabell nedan.

Valutapar	Bokfört och verkligt värde		Nominellt belopp		Genomsnittlig återstående löptid i mån. ¹	
	2011/12	2010/11	2011/12	2010/11	2011/12	2010/11
Säljer/Köper						
NOK/SEK	1,8	-1,6	293,8	183,1	1,6	2,0
USD/SEK	0,4	-7,0	73,9	84,1	2,4	2,0
Total	2,2	-8,6	367,7	267,2	1,8	2,0

¹ Löptiden är mellan 9 maj - 27 juli för USD/SEK och mellan 8 maj - 30 augusti för NOK/SEK.

Terminkontrakten tillhör kategorin derivat som används för säkringsändamål. Samtliga derivat är värderade till verkligt värde, fastställt genom användning av kursen för valutaterminer på balansdagen, det vill säga nivå 2 i verkligt

värde hierarkin enligt IFRS 7. I valutaparen finns per 2012-04-30 både positiva och negativa marknadsvärden.

Terminkontrakt med negativa marknadsvärden uppgår totalt till 0,8 Mkr (8,6 Mkr), vilket redovisas inom övriga kortfristiga skulder. Terminkontrakt med positiva marknadsvärden uppgår totalt till 3,0 Mkr (0,0 Mkr), vilket redovisas inom posten övriga kortfristiga fordringar.

Uppskjuten skatt har beaktats med 0,6 Mkr och resterande verkligt värde om 1,6 Mkr har redovisats mot säkringsreserven inom eget kapital.

Not 18 Eget kapital

Totalt antal stamaktier är 65 600 000 (2010/11: 65 600 000) med kvotvärde 1,25. Antal A-aktier uppgår till 5 760 000 medan antal B-aktier uppgår till 59 840 000. Varje aktie av serie A berättigar till tio röster medan varje aktie av serie B berättigar till en röst. Alla emitterade aktier är till fullo betalda. Bolaget har utestående aktieoptionsprogram, vars utfall har säkrats genom återköp av 1 985 000 B-aktier. Antal utestående aktier vid årets slut uppgick till 63 615 000 (63 710 000). Genomsnittligt antal aktier före och efter utspädning redovisas i not 10.

Koncernens reserver består av omräkningsdifferenser uppgående till -50,1 Mkr (-71,0 Mkr), samt säkringsreserv uppgående till 3,1 Mkr (-4,9 Mkr).

Not 19 Pensionsförpliktelser

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

Koncernen	2011/12	2010/11
Överskott(-)/förpliktelser(+) i balansräkningen för:		
Pensionsförmåner	0,3	0,3
Summa koncernen	0,3	0,3

Koncernen	2011/12	2010/11
Redovisning i resultaträkningen avseende:		
Pensionsförmåner	0,3	0,3
Summa koncernen	0,3	0,3

Pensionsförmåner

De belopp som redovisas i balansräkningen har beräknats enligt följande:

	2011/12	2010/11	2009/10	2008/09	2007/08
Nuvärde för fond- erade förpliktelser	9,4	8,7	9,0	9,7	9,4
Verkligt värde på förvaltningsstillgångar	-9,4	-8,6	-9,3	-8,0	-6,6
Öredovisade aktua- riella vinster/förluster	0,3	0,2	0,6	-1,6	-3,4
Tillgång/skuld i balansräkningen	0,3	0,3	0,3	0,1	-0,6

De belopp som redovisas i resultaträkningen är följande:

	2011/12	2010/11	2009/10
Kostnader för tjänstgöring under inne- varande år	0,3	0,4	0,5
Räntekostnad	0,3	0,4	0,3
Förväntad avkastning på förvaltnings- tillgångar	-0,3	-0,5	-0,3
Aktuariella nettovinster/förluster redo- visade under året	0,0	0,0	0,1
Summa, ingår i personalkostnader	0,3	0,3	0,6

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

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

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

	2011/12	2010/11
Vid årets början	0,3	0,3
Valutakursdifferenser	0,0	0,0
Summa kostnader redovisade i resultaträkningen	0,3	0,3
Erlagda avgifter	-0,3	-0,3
Vid årets slut	0,3	0,3

De viktigaste aktuariella antagandena som användes var följande:

	2011/12	2010/11
Diskonteringsränta, %	2,6	4,0
Förväntad avkastning på förvaltningstillgångar, %	4,1	5,4
Framtida löneökningar, %	3,5	4,0
Framtida pensionsökningar, %	0,1	1,3
Uppskattad genomsnittlig återstående tjänstetid, år	6	6

Avgiftsbestämda planer

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

	2011/12	2010/11
Koncernen	48,2	42,5
Moderbolaget	30,0	27,4

Av koncernens totala kostnad för avgiftsbestämda planer avser 8,6 Mkr (8,6 Mkr) ITP-plan finansierad i Alecta. Alectas överskott kan fördelas till försäkringstagarna och/eller de försäkrade. Vid utgången av 2011 uppgick Alectas överskott i form av den kollektiva konsolideringsnivån till 113 procent (2010: 146 procent). Den kollektiva konsolideringsnivån utgörs av marknadsvärdet på Alectas tillgångar i procent av försäkringsåtagandena beräknade enligt Alectas försäkringstekniska beräkningsantaganden, vilka inte överensstämmer med IAS 19.

Not 20 Finansiella instrument

Finansiella instrument per kategori

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

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

Tillgångar 2011-04-30	Låne och kundfordringar	Derivat för säkringsändamål	Summa
Derivatinstrument	0,0	0,0	0,0
Kundfordringar	15,7	0,0	15,7
Likvida medel	132,6	0,0	132,6
Summa	148,3	0,0	148,3

Skulder 2011-04-30	Derivat för säkringsändamål	Övriga finansiella skulder	Summa
Derivatinstrument	8,6	0,0	8,6
Banklån	0,0	300,0	300,0
Leverantörsskulder och andra skulder	0,0	628,5	628,5
Summa	8,6	928,5	937,1

Finansiella skulder

	Koncernen		Moderbolaget	
	2011/12	2010/11	2011/12	2010/11
Leverantörsskulder	396,8	329,5	341,9	281,9
Övriga kortfristiga skulder	65,3	37,3	13,8	11,2
Summa	462,1	366,8	355,7	293,1
Verkligt värde	462,1	366,8	355,7	293,1

Genomsnittlig kredittid för leverantörsskulder är 45 dagar (44 dagar) och för övriga kortfristiga skulder 20 dagar (19 dagar).

	Koncernen		Moderbolaget	
	2011/12	2010/11	2011/12	2010/11
Långfristig del				
Banklån	0,0	300,0	0,0	300,0
Kortfristig del				
Checkräkningskrediter	30,0	261,7	30,0	261,7
Summa upplåning	30,0	561,7	30,0	561,7

Samtliga banklån och checkräkningskrediter är i SEK. Under innevarande räkenskapsår har moderbolaget haft banklån som har amorterats i sin helhet. Banklånet hade under innevarande räkenskapsår en genomsnittlig ränta på 2,89 procent per år. På checkräkningskrediten löper rörlig ränta. Under året har den genomsnittliga räntan varit 2,91 procent.

I summa upplåning ingår banklån och checkräkningskredit mot säkerhet på 0,0 Mkr (97,0 Mkr). Säkerhet för banklån utgörs av redovisning av finansiella covenant vars villkor bolaget uppfyller med god marginal. Kreditlimiten på checkräkningskrediterna uppgår till 350 Mkr (350 Mkr). Moderbolagets kredit ingår i en cashpool för koncernen där utnyttjad kredit uppgick till 30,0 Mkr (261,7 Mkr).

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

Not 21 Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter

	Koncernen		Moderbolaget	
	2011/12	2010/11	2011/12	2010/11
Upplupna lönekostnader	85,0	73,1	44,6	40,9
Upplupna semesterlönekostnader	140,8	125,7	82,3	77,8
Upplupna sociala avgifter	83,1	65,8	70,7	54,6
Övriga poster	88,5	108,8	18,8	44,8
Summa	397,4	373,4	216,4	218,1

Not 22 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	
	2011/12	2010/11	2011/12	2010/11
Garantiåtaganden				
Ingående avsättningar	7,9	7,3	4,5	4,4
lanspråktagande under året	-7,9	-7,3	-4,5	-4,4
Avsatt under året	8,6	7,9	4,6	4,5
Summa	8,6	7,9	4,6	4,5
Öppet köp och outlösta presentkort				
Ingående avsättningar	15,5	14,3	8,8	8,2
lanspråktagande under året	-15,5	-14,3	-8,8	-8,2
Avsatt under året	17,8	15,5	9,3	8,8
Summa	17,8	15,5	9,3	8,8

Not 23 Koncerninterna transaktioner

Av moderbolagets fakturerade försäljning avser 1995,7 Mkr (1 747,9 Mkr) koncernintern försäljning. Av dessa avser 1 666,6 Mkr (1 543,7 Mkr) försäljning till Clas Ohlson AS i Norge, 314,3 Mkr (191,8 Mkr) försäljning till Clas Ohlson OY i Finland och 14,8 Mkr (12,4 Mkr) försäljning till Clas Ohlson Ltd i England. Några inköp från dotterföretagen har ej förekommit.

Not 24 Andelar i koncernföretag

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

Dotterföretaget Clas Ohlson OY i Finland, med organisationsnummer FI 1765891-7 och med säte i Helsingfors, 500 000 aktier a nom 1 euro. Ågarandel 100 procent. Bokförd värde 18,0 Mkr (30,4 Mkr), varav värde av aktieägartillskott 13,3 Mkr (25,8 Mkr). Återbetalning av aktieägartillskott har skett under året med 12,5 Mkr (0,0 Mkr).

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

Dotterföretaget Clas Ohlson Ltd i Shanghai, med organisationsnummer 310000400574190, 900 000 aktier a nom 1 USD. Ågarandel 100 procent. Bokförd värde 11,3 Mkr (11,3 Mkr).

Not 25 Bokslutsdispositioner

Moderbolaget	2011/12	2010/11
<i>Skillnaden mellan bokförda avskrivningar och avskrivningar enligt plan på:</i>		
- inventarier, verktyg och installationer	-42,6	-52,9

- byggnader och mark	1,0	1,0
<i>till periodiseringsfond</i>		
Tax 2013 respektive 2012	-107,0	-63,0
Summa moderbolaget	-148,6	-114,9

Not 26 Kassa och bank

Moderbolaget	2011/12	2010/11
Kassa och bank	86,1	70,2
Summa moderbolaget	86,1	70,2

Nyttjad checkräkningskredit, vilken ej ingår i kassa och bank, uppgick vid årets slut till 30,0 Mkr (261,7 Mkr). Krediten ingår i en cashpool för koncernen där nyttjad kredit uppgick till 30,0 Mkr.

Outnyttjad checkräkningskredit, vilken ej ingår i likvida medel, uppgick under föregående år i koncernen till 320,0 Mkr (88,3 Mkr).

Not 27 Obeskattade reserver

Moderbolaget	2011/12	2010/11
<i>Akkumulerad skillnad mellan bokförda avskrivningar och avskrivningar enligt plan på:</i>		
- inventarier, verktyg och installationer	317,7	275,1
- byggnader och mark	5,8	6,8
<i>Avsättning till periodiseringsfond</i>		
Tax 2010	71,6	71,6
Tax 2011	158,0	158,0
Tax 2012	63,0	63,0
Tax 2013	107,0	-
Summa moderbolaget	723,1	574,5

Not 28 Ställda säkerheter

	Koncernen		Moderbolaget	
	2011/12	2010/11	2011/12	2010/11
Likvida medel	13,9	14,0	0,0	0,0
Fastighetsinteckningar	0,0	23,0	0,0	23,0
Företagsinteckningar	0,0	74,0	0,0	74,0
Summa säkerheter	13,9	111,0	0,0	97,0

Föregående års angivna säkerheter, för egna förpliktelser, var till kreditinstitut som en generell säkerhet för valutatermins kontrakt samt utnyttjade checkräkningskrediter. Dessa har under året tagits bort och ersatts av finansiella covenantar vars villkor bolaget uppfyller med god marginal.

Checkräkningskrediterna uppgick vid årets slut till 30,0 Mkr (261,7 Mkr) i koncernen samt moderbolaget. Under året uppgick outnyttjade checkräkningskrediter till 320,0 Mkr (88,3 Mkr) i koncernen samt moderbolaget.

Not 29 Ansvarsförbindelser och åtaganden

	2011/12	2010/11
<i>Ansvarsförbindelser moderbolaget</i>		
Borgen till förmån för koncernföretag avseende framtida hyresåtaganden	281,5	237,9

Åtaganden

Samtliga butikslokaler, utom den i Insnjön, förhyrs och behandlas som operationell leasing. Bolagets ambition är att hyran i huvudsak ska vara fast och inte baseras på butikernas omsättning. Avtalstiden uppgick per 2012-04-30 till i genomsnitt 5 år.

Avtalade hyresavtal är beräknade enligt 2012 års hyresnivå.

Moderbolaget	2011/12	2010/11
Räkenskapsårets hyror och leasingavgifter	221,1	193,5

	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16	2016-
Avtalade framtida hyror	237,6	233,5	205,4	183,5	648,6

Koncernen har inga eventalförpliktelser.

Åtaganden

Samtliga butikslokaler, utom den i Insjön, förhyrs och behandlas som operationell leasing. Bolagets ambition är att hyran i huvudsak ska vara fast och inte baseras på butikernas omsättning. Avtalstiden uppgick per 2012-04-30 till i genomsnitt 6 år.

Avtalade hyresavtal är beräknade enligt 2012 års hyresnivå.

Koncernen	2011/12	2010/11
Räkenskapsårets hyror och leasingavgifter	565,3	476,7

	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16	2016-
Avtalade framtida hyror	604,9	589,4	548,8	489,7	1 762,9

Not 30 Transaktioner med närstående

Antalet aktieägare i moderbolaget uppgick vid verksamhetsårets slut till 27 462. Störst ägarandel har Clas Ohlsons ättlingar Helena Ek-Tidstrand, Björn Haid, Peter Haid, Mary Haid och Johan Tidstrand med 38 procent av kapitalet och 63 procent av rösterna. Några transaktioner med närstående har ej skett under verksamhetsåret. När det gäller ersättningen till styrelse och ledande befattningshavare framgår detta av not 6 i årsredovisningen.

Not 31 Medelantalet anställda

	Koncernen		Moderbolaget	
	2011/12	2010/11	2011/12	2010/11
Sverige	1 305	1 289	1 305	1 289
– varav kvinnor	(548)	(542)	(548)	(542)
Summa Norge	628	548		
– varav kvinnor	(239)	(208)		
Summa Finland	190	168		
– varav kvinnor	(78)	(67)		
Summa Storbritannien	210	181		
– varav kvinnor	(113)	(92)		
Summa Kina	37	33		
– varav kvinnor	(22)	(25)		
Totalt	2 370	2 219	1 305	1 289
– varav kvinnor	1 000	932	548	542

Medelantalet anställda beräknas på totalt antal arbetade timmar i förhållande till total årsarbetstid. För mer information gällande våra medarbetare, se sidan 36-39 i den tryckta årsredovisningen.

Not 32 Redovisning i segment

Clas Ohlson har följande segment: Sverige, Norge, övriga segment (Finland och UK) samt koncerngemensamt. Koncerngemensamt segment avser de koncerngemensamma funktioner som bistår försäljningsorganisationerna med inköp, distribution, marknadsföring, ledning och övrig support. Stor del av koncernens värdeskapande sker i koncerngemensamt segment. Koncernens interprissättning har anpassats efter dessa förutsättningar. Transaktionerna mellan koncerngemensamt och försäljningsorganisationerna utgörs i första hand av leveranser och betalning för varor, interdebettering av utförda tjänster samt räntor på koncerninterna lån. Det resultatmätt som redovisas per segment utgörs av rörelseresultatet. Clas Ohlson har inte några kunder, som enskilt står för mer än 10 procent av koncernens omsättning.

	2011/12	2010/11
Nettoomsättning per segment (Mkr)		
Sverige	2 928,6	2 871,5
Norge	2 560,8	2 281,5
Finland och UK	770,6	675,0
Koncerngemensamt	1 995,7	1 747,9
Eliminering av försäljning till andra segment	-1 995,7	-1 747,9
Totalt	6 260,0	5 828,0

Rörelseresultat per segment (Mkr)

Sverige	95,6	91,5
Norge	84,1	69,0
Finland och UK	19,6	16,0
Koncerngemensamt	361,3	330,6
Totalt	560,6	507,1

Tillgångar per segment (Mkr)

Sverige	557,1	512,8
Norge	486,7	466,3
Finland och UK	408,4	357,6
Koncerngemensamt	1 492,5	1 749,6
Totalt	2 944,7	3 086,3

Likvida medel ingår inte i ovanstående tabell.

Investeringar och avskrivningar per segment (Mkr)

	Investeringar		Avskrivningar	
	2011/12	2010/11	2011/12	2010/11
Sverige	34,2	36,2	30,1	27,6
Norge	48,8	85,9	36,2	30,3
Finland och UK	29,7	79,6	30,0	22,2
Koncerngemensamt ¹	93,4	94,7	82,8	79,2
Totalt	206,1	296,4	179,1	159,3

¹ Investeringar i immateriella anläggningstillgångar uppgår till 55,5 Mkr (33,9 Mkr). Avskrivningar hänförliga till immateriella anläggningstillgångar uppgår till 1,6 Mkr (0,4 Mkr).

Not 33 Händelser efter årets slut

Försäljningen under maj ökade med 5 procent till 434 Mkr (414 Mkr). I lokala valutor ökade försäljningen med 3 procent. Jämfört med samma månad föregående år har 20 butiker (19) tillkommit och det totala antalet butiker uppgick per den sista maj 2012 till 159 butiker. Distanshandeln uppgick till 15 Mkr (6 Mkr).

Försäljningskanaler (MSEK)

Länder			Procentuell förändring, lokal valuta	
	2012	2011	förändring	
Sverige	207	203	+ 2	+ 2
Norge	172	161	+ 6	+ 2
Finland	36	33	+ 9	+ 8
UK	19	17	+ 13	+ 3
Summa	434	414	+ 5	+ 3

Årsstämman i Clas Ohlson AB gav den 10 september 2011 styrelsen mandat att under perioden fram till nästa årsstämma förvärva maximalt 850 000 aktier för att säkra företags åtagande i samband med införandet av ett aktierelaterat incitamentsprogram, LTI 2012. Det totala antalet aktier som krävs för att säkra åtagandet för LTI 2012 har beräknats till 760 000 aktier. En del av åtagandet för LTI 2012 kan säkras genom att använda aktier (394 000 st) som återköpts för att säkra LTI 2009 som förfallit och där matchningsaktier samt 7 optioner per köpt aktie tilldelats, totalt 246 008 optioner.

Styrelsen har beslutat att utnyttja stämmans bemyndigande för att återköpa de resterande 366 000 aktier som krävs för att säkra bolagets åtagande gällande LTI 2012. Förvärv kommer att ske på Nasdaq OMX Stockholm, under perioden fram till årsstämman 2012, till ett pris inom det vid var tid registrerade kursintervallet. Bolagets innehav av Clas Ohlson aktier uppgick per den 30 april 2012 till 1 985 000 aktier motsvarande 3 procent av totala antalet registrerade aktier.

Årsredovisningens undertecknande

Koncernredovisningen har upprättats i enlighet med internationella redovisningsstandarder IFRS sådana de antagits av EU och ger en rättvisande bild av koncernens ställning och resultat. Årsredovisningen har upprättats i enlighet med god redovisningssed och ger en rättvisande bild av moderbolagets ställning och resultat. Förvaltningsberättelsen för koncernen och moderbolaget ger en rättvisande översikt över utvecklingen av koncernens och moderbolagets verksamhet, ställning och resultat samt beskriver väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer som moderbolaget och de företag som ingår i koncernen står inför.

Insjön 2012-06-27

Anders Moberg
Styrelseordförande

Björn Haid

Sanna Suvanto-Harsaae

Lottie Svedenstedt

Urban Jansson

Cecilia Marlow

Edgar Rosenberger

Klas Balkow
Verkställande direktör

Mikael Öberg
Arbetstagarrepresentant (Handels)

Henrik Andersson
Arbetstagarrepresentant (Unionen)

Vår revisionsberättelse har avgivits 2012-07-02

Öhrlings PricewaterhouseCoopers AB

Annika Wedin
Auktoriserad revisor

Lennart Danielsson
Auktoriserad revisor

Balansräkningarna och resultaträkningarna ska fastställas på årsstämma den 8 september 2012.

Revisionsberättelse

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

Rapport om årsredovisningen och koncernredovisningen

Vi har reviderat årsredovisningen och koncernredovisningen för Clas Ohlson AB (publ) för räkenskapsåret 2011-05-01 – 2012-04-30. Bolagets årsredovisning och koncernredovisning ingår i den tryckta versionen av detta dokument på sidorna 48-74.

Styrelsens och verkställande direktörens ansvar för årsredovisningen och koncernredovisningen

Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för att upprätta en årsredovisning som ger en rättvisande bild enligt årsredovisningslagen och en koncernredovisning som ger en rättvisande bild enligt internationella redovisningsstandarder IFRS, såsom de antagits av EU, och årsredovisningslagen, och för den interna kontroll som styrelsen och verkställande direktören bedömer är nödvändig för att upprätta en årsredovisning och koncernredovisning som inte innehåller väsentliga felaktigheter, vare sig dessa beror på oegentligheter eller på fel.

Revisorernas ansvar

Vårt ansvar är att uttala oss om årsredovisningen och koncernredovisningen på grundval av vår revision. Vi har utfört revisionen enligt International Standards on Auditing och god revisionssed i Sverige. Dessa standarder kräver att vi följer yrkesetiska krav samt planerar och utför revisionen för att uppnå rimlig säkerhet att årsredovisningen och koncernredovisningen inte innehåller väsentliga felaktigheter.

En revision innefattar att genom olika åtgärder inhämta revisionsbevis om belopp och annan information i årsredovisningen och koncernredovisningen. Revisorn väljer vilka åtgärder som ska utföras, bland annat genom att bedöma riskerna för väsentliga felaktigheter i årsredovisningen och koncernredovisningen, vare sig dessa beror på oegentligheter eller på fel. Vid denna riskbedömning beaktar revisorn de delar av den interna kontrollen som är relevanta för hur bolaget upprättar årsredovisningen och koncernredovisningen för att ge en rättvisande bild i syfte att utforma granskningsåtgärder som är ändamålsenliga med hänsyn till omständigheterna, men inte i syfte att göra ett uttalande om effektiviteten i bolagets interna kontroll. En revision innefattar också en utvärdering av ändamålsenligheten i de redovisningsprinciper som har använts och av rimligheten i styrelsens och verkställande direktörens uppskattningar i redovisningen, liksom en utvärdering av den övergripande presentationen i årsredovisningen och koncernredovisningen.

Vi anser att de revisionsbevis vi har inhämtat är tillräckliga och ändamålsenliga som grund för våra uttalanden.

Uttalanden

Enligt vår uppfattning har årsredovisningen upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och ger en i alla väsentliga avseenden rättvisande bild av moderbolagets finansiella ställning per den 30 april 2012 och av dess finansiella resultat och kassaflöden för året enligt årsredovisningslagen, och koncernredovisningen har upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och ger en i alla väsentliga avseenden rättvi-

sande bild av koncernens finansiella ställning per den 30 april 2012 och av dess resultat och kassaflöden enligt internationella redovisningsstandarder, såsom de antagits av EU, och årsredovisningslagen. En bolagsstyrningsrapport har upprättats. Förvaltningsberättelsen och bolagsstyrningsrapporten är förenliga med årsredovisningens och koncernredovisningens övriga delar.

Vi tillstyrker därför att årsstämman fastställer resultaträkningen och balansräkningen för moderbolaget och koncernen.

Rapport om andra krav enligt lagar och andra författningar

Utöver vår revision av årsredovisningen och koncernredovisningen har vi även reviderat förslaget till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust samt styrelsens och verkställande direktörens förvaltning för Clas Ohlson AB (publ) för räkenskapsåret 2011-05-01 – 2012-04-30.

Styrelsens och verkställande direktörens ansvar

Det är styrelsen som har ansvaret för förslaget till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust, och det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för förvaltningen enligt aktiebolagslagen.

Revisorernas ansvar

Vårt ansvar är att med rimlig säkerhet uttala oss om förslaget till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust och om förvaltningen på grundval av vår revision. Vi har utfört revisionen enligt god revisionssed i Sverige.

Som underlag för vårt uttalande om styrelsens förslag till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust har vi granskat styrelsens motiverade yttrande samt ett urval av underlagen för detta för att kunna bedöma om förslaget är förenligt med aktiebolagslagen.

Som underlag för vårt uttalande om ansvarsfrihet har vi utöver vår revision av årsredovisningen och koncernredovisningen granskat väsentliga beslut, åtgärder och förhållanden i bolaget för att kunna bedöma om någon styrelseledamot eller verkställande direktören är ersättningsskyldig mot bolaget. Vi har även granskat om någon styrelseledamot eller verkställande direktören på annat sätt har handlat i strid med aktiebolagslagen, årsredovisningslagen eller bolagsordningen.

Vi anser att de revisionsbevis vi inhämtat är tillräckliga och ändamålsenliga som grund för våra uttalanden.

Uttalanden

Vi tillstyrker att årsstämman disponerar vinsten enligt förslaget i förvaltningsberättelsen och beviljar styrelsens ledamöter och verkställande direktören ansvarsfrihet för räkenskapsåret.

Insjön den 2 juli 2012

Annika Wedin
Auktoriserad revisor

Lennart Danielsson
Auktoriserad revisor

Styrelse



Anders Moberg

Styrelseordförande sedan 2004, ledamot sedan 2003.
Född 1950.

Arbetslivserfarenhet:

Koncernchef i retailföretaget Majid Al Futtaim Group i Dubai 2007-2008, Koncernchef Royal Ahold 2003-2007. Divisionschef Home Depot 1999-2002. Ett antal år på IKEA varav som koncernchef 1986-1999.

Andra väsentliga styrelseuppdrag: Sverige: OBH Nordica AB (ordf.), Husqvarna, Byggmax AB, ZetaDisplay AB, Rezidor AB, ITAB AB. Danmark: Biva A/S, DFDS. Finland: Ahlstrom OY. Holland: Hema B.V. Tyskland: Amor GmbH.

Antal aktier i Clas Ohlson AB: 1 400 000¹ Oberoende*

Klas Balkow

Verkställande direktör och koncernchef från och med 8 september 2007. Född 1965.

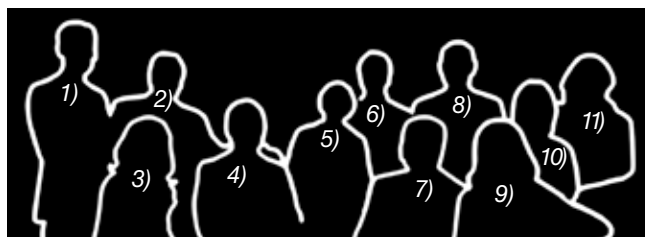
Arbetslivserfarenhet:

VD för ett dotterföretag inom Axel Johnson-koncernen med ansvar för Aximage, ett affärsområde som innefattar flera butikskedjor samt agenturen för Fujifilm i Sverige och Norge. Dessförinnan Bredbandsbolaget. Tidigare under en tioårsperiod ett antal ledande befattningar inom Procter & Gamble i både Norden och USA.

Andra väsentliga styrelseuppdrag: Ledamot i Inflight Service Group.

Antal aktier i Clas Ohlson AB: 22 324 Beroende**

¹ Ägda via kapitalförsäkring



1) Klas Balkow, 2) Anders Moberg, 3) Lottie Svedenstedt, 4) Johan Åhlberg, 5) Caroline Persson (ersatt av Henrik Andersson), 6) Edgar Rosenberger, 7) Björn Haid, 8) Urban Jansson, 9) Cecilia Marlow, 10) Emma Lindqvist, 11) Sanna Suvanto-Harsaae.

Björn Haid

Styrelseledamot sedan 1990.
Född 1945. Clas Ohlsons dotterson.

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

Antal aktier i Clas Ohlson AB: 5 644 794

Beroende i förhållande till större aktieägare enligt Svensk kod för bolagsstyrning. Oberoende i förhållande till bolaget och bolagsledningen.

*Oberoende i förhållande till bolaget, bolagsledningen samt till större aktieägare enligt Svensk kod för bolagsstyrning.

**Beroende i förhållande till bolaget och bolagsledningen enligt Svensk kod för bolagsstyrning. Oberoende i förhållande till större aktieägare.

Urban Jansson

Styrelseledamot sedan 2005.

Född 1945. Högre bankutbildning (Skandinaviska Enskilda Banken).

Arbetslivserfarenhet:

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

Andra väsentliga styrelseuppdrag: Ordförande i HMS Networks och Svedbergs. Styrelseledamot i Höganäs och SEB.

Antal aktier i Clas Ohlson AB: 20 000 Oberoende*

Cecilia Marlow

Styrelseledamot sedan 2007.

Född 1960. Civilekonom, Handelshögskolan i Stockholm.

Arbetslivserfarenhet:

VD för Kronans Droghandel 2008-2011. Tidigare VD på JC/J-Store 2006-2007. VD Polarn&Pyret 2004-2006. VD Ordning&Reda 2001-2003. VD Publicis Welinder 1997-2001

Andra väsentliga styrelseuppdrag: Ordförande i Hand in Hand Sweden, styrelseledamot i Svenska Spel och Nordea Fonder.

Antal aktier i Clas Ohlson AB: 500 Oberoende*

Lottie Svedenstedt

Styrelseledamot sedan 2004.

Född 1957. Juristexamen, Uppsala Universitet.

Arbetslivserfarenhet: Koncernchef KID Interiör 2006-2007. Egen konsultverksamhet inom organisations- och ledarskap-utveckling 2000-2006. Affärsområdeschef IKEA of Sweden 1998-2000. Deputy General Manager Inter IKEA Systems BV 1996-1998. VD Inter IKEA Systems AS 1993-1996. Regionchef H&M 1989-1992.

Andra väsentliga styrelseuppdrag: Styrelseordförande i MiL Institute. Ledamot i Stampen AB, Global Health Partner AB, Byggmax AB, Thule Group AB och Swedavia AB.

Antal aktier i Clas Ohlson AB: 3 300 Oberoende*

Sanna Suvanto-Harsaae

Styrelseledamot sedan 2010.

Född 1966. Civilekonom, Lunds Universitet.

Arbetslivserfarenhet:

VD ReckittBenckiser Norden 2004-2008. Marketing och Business Development Direktör Synoptik 2001-2004. Europeisk Marketing Manager och andra ledande befattningar i Procter & Gamble Norden, Tyskland och Europa 1991-2001.

Andra väsentliga styrelseuppdrag: Ordförande i Babysam AS, Health and Fitness Nordic/Sats AB och Sunset Boulevard AS samt ledamot i Jetpak AB, CCS AB, Paulig AB och Upplands Motor AB.

Antal aktier i Clas Ohlson AB: 0 Oberoende*

Edgar Rosenberger

Styrelseledamot sedan 2009.

Född 1953. Master of Business Administration, Mannheim University.

Arbetslivserfarenhet: VD för konsultföretaget RETAIL BRAND SERVICES sedan 2002. VD för IPURI GmbH 1991-2002. VD för ESPRIT Europe GmbH 1987-1991. VD för H&M Tyskland GmbH 1980-1987.

Andra väsentliga styrelseuppdrag: Ledamot i Tysk-Svenska Handelskammaren.

Antal aktier i Clas Ohlson AB: 0 Oberoende*



Henrik Andersson

Styrelseledamot sedan 2012.

Född 1971. Arbetstagarrepresentant Unionen.

Antal aktier i Clas Ohlson AB: 0



Mikael Öberg

Styrelseledamot sedan 2009.

Född 1963. Arbetstagarrepresentant Handels.

Antal aktier i Clas Ohlson AB: 2

Suppleant

Emma Lindqvist

Styrelseledamot sedan 2006.

Född 1976. Arbetstagarrepresentant Handels.

Antal aktier i Clas Ohlson AB: 0

Suppleant

Johan Åhlberg

Styrelseledamot sedan 2009.

Född 1969. Arbetstagarrepresentant Handels.

Antal aktier i Clas Ohlson AB: 100

*Oberoende i förhållande till bolaget, bolagsledningen samt till större aktieägare enligt Svensk kod för bolagsstyrning.

Ledande befattningshavare



Klas Balkow

VD och koncernchef. Anställd 2007
Född 1965

Arbetslivserfarenhet: VD för ett dotterföretag inom Axel Johnson-koncernen med ansvar för Aximage, ett affärsområde som innefattar flera butikskedjor samt agenturen för Fujifilm i Sverige och Norge. Dessförinnan Bredbandsbolaget. Tidigare under en tioårsperiod ett antal ledande befattningar inom Procter & Gamble i både Norden och USA.

Antal aktier i Clas Ohlson AB: 22324



Peter Jelkeby

Operativ chef och vVD. Anställd 2008
Född 1963. Civilekonom, Handelshögskolan Göteborg.

Arbetslivserfarenhet: Ställföreträdande landschef för Ikea i Storbritannien, 2006-2008. Tidigare roller inom Ikea innefattar ledande befattningar inom bland annat försäljning, marknadsföring och inköp sedan 1989.

Antal aktier i Clas Ohlson AB: 9050



Susanne Löfås-Hällman

HR-chef. Anställd 2001
Född 1964. Fil.mag. Företagsekonomi, Högskolan Gävle.

Arbetslivserfarenhet: Personalchef, Würth Svenska AB, 1998-2001. Rekrytering och bemanning, Resursen i Dalarna AB, 1997-1998. Ekonomiassistent Profilium Fastighets AB/Domberg & Andersson, 1990-1992.

Antal aktier i Clas Ohlson AB: 4805



John Womack

Informations- och IR-chef. Anställd 2008
Född 1966. Fil.kand. Nationalekonomi, Lunds Universitet. DIHR, Stockholms Universitet.

Arbetslivserfarenhet: Informationsdirektör IBS 2003-2008. Seniorkonsult Spider Relations/Sund Kommunikation 2000-2003. IR-chef NCC 1998-2000. Presstalesman Postgirot Bank 1995-1998.

Antal aktier i Clas Ohlson AB: 10500



Göran Melin

Ekonomi- och finanschef. Anställd 2010
Född 1962. Civilekonom, Handelshögskolan Göteborg.

Arbetslivserfarenhet: Anställd på Öhrlings PwC 1987-2010. Auktoriserad revisor 1991-2010 och partner 2001-2010.

Antal aktier i Clas Ohlson AB: 6201



Bo Heyman

Etableringschef. Anställd sedan 1983
Född 1952.

Arbetslivserfarenhet:

Arbetslivserfarenhet: Etableringschef för Clas Ohlson i Sverige och Finland, 2002-2007. Marknadschef och affärsområdeschef Clas Ohlson Sverige, 1996-2002. Säljledare och butiksansvarig för våra svenska butiker, etableringsansvarig i Sverige 1992-1996. Säljare, dekoratör, arbetsledare och butikschef på Clas Ohlson 1983-1992

Antal aktier i Clas Ohlson AB: 5855



Ulrika Göransson

Affärsutvecklingschef Född 1970. Anställd 2008
Civilekonom, Stockholms Universitet.

Arbetslivserfarenhet: Koncernmarknadschef för Clas Ohlson, 2008-2011. Head of Marketing Nordics, Novartis, 2007-2008. Varumärkesstrateg, LynxEye, 2003-2007. Consumer Insight Specialist Asia Pacific, Kraft Foods, 2003-2003. Senior Marketing Manager, General Mills, 1999-2002.

Antal aktier i Clas Ohlson AB: 7220



Lars Andréason

Chef Sälj och Kommunikation. Anställd 2008
Född 1971. Civilekonom, Lunds Universitet.

Arbetslivserfarenhet:

Affärsområdeschef Sverige, Clas Ohlson 2008-2011. Nordisk försäljningsdirektör, Siba 2004-2008. Marknadschef, Fujifilm Sverige 2002-2004. Affärsområdeschef Konsumentprodukter, Bredbandsbolaget 2000 -2002.

Antal aktier i Clas Ohlson AB: 3894



Magnus Höjman

Varuförsörjningschef. Anställd 2011
Född 1967. Civilekonom, Lunds Universitet och University of California

Arbetslivserfarenhet: Anställd på Accenture under 10 år där Magnus satt i ledningsgruppen inom Management Consulting. Arbetat med strategisk utveckling hos ett antal större detaljhandelsbolag i Sverige och i Norden. Dessförinnan Venture Manager på riskkapitalbolaget Real Venture Group och 5 år inom försäljning och management på Procter & Gamble Scandinavia.

Antal aktier i Clas Ohlson AB: 1521



Tony Dahlström

Inköpschef. Anställd 1982
Född 1964

Arbetslivserfarenhet: Kategorichef för Clas Ohlson 2009-2010. VD för OS Technology Nordic 2008-2009. Produktchef, Clas Ohlson 1996-2008. Olika roller inom butik, lager och kundservice på Clas Ohlson 1982-1996.

Antal aktier i Clas Ohlson AB: 4540

Resultat per kvartal

Mkr	2011/12				2010/11			
	KV 1 110501 -110731	KV 2 110801 -111031	KV 3 111101 -120131	KV 4 120201 -120430	KV 1 100501 -100731	KV 2 100801 -101031	KV 3 101101 -110131	KV 4 110201 -110430
Försäljning	1 387,0	1 552,5	2 048,6	1 271,9	1 323,5	1 434,9	1 906,0	1 163,6
Kostnad för sålda varor	-795,8	-896,5	-1 179,7	-751,7	-769,0	-840,2	-1 097,6	-694,9
Bruttoresultat	591,2	656,0	868,9	520,2	554,5	594,7	808,4	468,7
Försäljningskostnader	-427,9	-490,8	-517,2	-470,7	-369,9	-442,0	-493,7	-429,0
Administrationskostnader	-43,4	-41,4	-43,8	-39,8	-40,2	-35,3	-42,7	-38,7
Övriga rörelseintäkter/kostnader	-0,3	-0,2	-0,7	0,5	-1,9	1,1	-2,5	2,6
Rörelseresultat	119,6	123,6	307,2	10,2	115,5	118,5	269,5	3,6
Finansnetto	-3,6	-2,8	-2,6	-0,6	-1,2	-2,3	-1,7	-2,9
Resultat före skatt	116,0	120,8	304,6	9,6	114,3	116,2	267,8	0,7
Inkomstskatt	-31,3	-32,7	-84,2	-2,3	-29,9	-30,4	-73,7	-0,6
Periodens vinst	84,7	88,1	220,4	7,3	84,4	85,8	194,1	0,1
NYCKELTAL FÖR PERIODEN								
Bruttomarginal, %	42,6	42,3	42,4	40,9	41,9	41,4	42,4	40,3
Rörelsemarginal, %	8,6	8,0	15,0	0,8	8,7	8,3	14,1	0,3
Vinst per aktie före utspädning	1,33	1,38	3,46	0,11	1,32	1,35	3,05	0,00
Vinst per aktie efter utspädning	1,33	1,38	3,46	0,11	1,32	1,35	3,04	0,00

Definitioner

Kassaflöde från rörelsen

Internt genererade medel inklusive förändring av rörelsekapital.

Rörelsekapital

Summan av omsättningstillgångar exklusive likvida medel, minskat med kortfristiga skulder.

Sysselsatt kapital

Balansomslutningen minskad med icke räntebärande skulder och avsättningar. Genomsnittligt sysselsatt kapital beräknas som genomsnittligt sysselsatt kapital under året.

Bruttomarginal

Bruttoresultatet i resultaträkningen i procent av räkenskapsårets nettoomsättning.

Rörelsemarginal

Rörelseresultat i procent av räkenskapsårets nettoomsättning.

Avkastning på eget kapital

Årets resultat enligt resultaträkningen i procent av genomsnittligt eget kapital.

Soliditet

Eget kapital vid årets slut i procent av balansomslutningen.

Försäljning per kvadratmeter i butik

Butikens försäljning i förhållande till den effektiva butiksytan. För nya butiker har omräkning skett i förhållande till hur länge butiken har varit öppen.

Vinst per aktie

Resultat efter skatt i relation till genomsnittligt antal aktier.

Bruttokassaflöde per aktie

Resultat efter skatt plus avskrivningar i relation till genomsnittligt antal aktier.

Adresser

Huvudkontor

Clas Ohlson AB
793 85 Insjön
Tel 0247-444 00
Fax 0247-444 25
www.clasohlson.se

Huvudkontor Norge

Clas Ohlson AS
Torggata 2-6
N-0105 Oslo
Tel +47 23 21 40 05
Fax +47 23 21 40 80
www.clasohlson.no

Huvudkontor Finland

Clas Ohlson OY
Annegatan 34-36 A
FIN-00100 Helsingfors
Tel +358 (0)20 111 2222
Fax +358 (0)20 111 2234
www.clasohlson.fi

Huvudkontor Storbritannien

Clas Ohlson Ltd
Goodwillie
13 Kensington Square
W8 5HD London
Tel +44 (0)845 671 8215
www.clasohlson.co.uk

Distanshandel Sverige

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

Distanshandel Norge

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

Kontaktpersoner Investor Relations

John Womack
Informations- och IR-chef
Tel: 0247 - 444 00

Klas Balkow
VD och koncernchef
Tel: 0247 - 444 00

Michael Ehrling
IR-produktion
Tel: 0247 - 444 00

Sverige

Borås – Knalleland
Eskilstuna – Cityhuset
Falun – Falan Gallerian
Gävle – Affärshuset Nian
Gävle – Valbo Köpcentrum
Göteborg – Bäckebo
Göteborg – Nordstan
Göteborg – Partille
Göteborg – Sisjön Centrum
Göteborg – Västra Frölunda
Halmstad – Combihuset
Halmstad – Flygstaden handelsplats
Helsingborg – Kullagatan
Helsingborg – Väla centrum
Hudiksvall – Gallerian Fyren
Insjön – Dalarna
Jönköping – City
Jönköping – A6
Kalmar – Baronen
Karlstad – Mitt i City
Kiruna – Centrum
Kristianstad – Domus-huset
Kungsbacka – Kungsmässan
Lidköping – Centrum
Linköping – Centrum
Luleå – Smedjan
Luleå – Storhedens handelsområde
Malmö – Burlöv
Malmö – Triangeln
Motala – Centrum
Norrköping – Domino
Norrköping – Hageby Centrum
Nyköping – Nyckeln
Piteå – Gallerian Piteå
Skellefteå – Citykompaniet
Skövde – Centrum
Stockholm – Bromma
Stockholm – Drottninggatan
Stockholm – Farsta
Stockholm – Gallerian
Stockholm – Haninge
Stockholm – Häggvik
Stockholm – Kista Galleria
Stockholm – Liljeholmen
Stockholm – Nacka
Stockholm – Sickla
Stockholm – Skärholmen
Stockholm – Solna Centrum
Stockholm – Täby
Stockholm – Vällingby Centrum
Stockholm – Väsby Centrum
Strömstad – Nordby
Sundsvall – Birsta
Sundsvall – Nya hamnen
Södertälje – Lunagallerian
Trelleborg – Valen
Uddevalla – Centrum
Umeå – MVG
Uppsala – Gränby Centrum
Uppsala – S:t Per Gallerian
Visby – Centrum
Västerås – Erikslund Shopping Center
Västerås – Igor
Växjö – Affärshuset Tegnér
Örebro – Marieberg
Örebro – Krämaren
Örnsköldsvik – Magasinet
Östersund – Mittpunkten

Norge

Alta – Amfi Alta
Arendal – Amfi Arena
Asker – Trekanten Kjøpesenter
Bergen – Bergen Storsenter
Bergen – Laguneparken
Bergen – Sartor
Bergen – Åsane
Bryne – M44
Bodø – Sentrum
Drammen – Buskerud Storsenter
Drammen – Gulskogen Kjøpesenter

Elverum – Kremmertorget
Fredrikstad – Dikeveien
Fredrikstad – Torvbyen Kjøpesenter
Gjøvik – CC Mart'n
Hamar – Maxi Kjøpesenter
Harstad – Sjøkanten Senter
Haugesund – Oasen Storsenter
Horten – Sjøsidan Kjøpesenter
Hønefoss – Sentrum
Jessheim – Jessheim Storsenter
Kongsberg – Stortorget senter
Kristiansand – Sentrum
Kristiansand – Sorlandssenteret
Kristiansund – Amfi Futura
Larvik – Sentrum
Lillehammer – Strandtorget Kjøpesenter
Lørenskog – Lørenskog Storsenter
Molde – Moldegård Storsenter
Moss – Amfi Senter
Narvik – Narvik Storsenter
Oslo – Alna Senter
Oslo – Bogstadsveien
Oslo – Bryn Senter
Oslo – Oslo City
Oslo – Lambertseter Senter
Oslo – Storo Storsenter
Oslo – Torggata
Porsgrunn – Down Town
Sandnes – Kvadrat
Sandvika – Sandvika Storsenter
Sarpsborg – Storbyen
Ski – Ski Storsenter
Skien – Herkules
Stavanger – Kilden
Stavanger – Madla
Stavanger – Mediagården
Steinkjer – Amfi
Strømmen – Strømmen Storsenter
Tromsø – Jekta Storsenter
Trondheim – City Syd
Trondheim – Lade Arena
Trondheim – Solsiden
Trondheim – Trondheim Torg
Tønsberg – Farmandstredet
Ålesund – Stormoa Kjøpesenter

Finland

Esbo – Entresse köpcentrum
Esbo – Sello
Helsingfors – Kamppi
Helsingfors – Mannerheimvägen
Helsingfors – Östra Centrum
Joensuu – Centrum
Jyväskylä – Palokka
Karleby – Chydenia köpcentrum
Kuopio – Centrum
Villmanstrand – Gallerian köpcentrum
Lahti – Karisma köpcentrum
Lembois – Ideapark
Rovaniemi – Rinne köpcentrum
Seinäjoki – Centrum
S:t Michel – Akseli
Tammerfors – Centrum
Uleåborg – Centrum
Vanda – Jumbo köpcentrum
Vanda – Myrmani köpcentrum
Vasa – Rewell Center
Åbo – Forum köpcentrum

Storbritannien

Birmingham – Merry Hill
Cardiff – St Davids
Croydon – The Whitgift Centre
Doncaster – Frenchgate
Kingston – Centrum
Leeds – Headrow Street
Liverpool – Clayton Square
Manchester – Arndale Centre
Newcastle – Northumberland Street
Norwich – Chapelfield
Reading – Broad Street
Watford – The Harlequin

För information om butikernas adress och telefonnummer se www.clasohlson.se

Clas Ohlson AB (publ.)
793 85 Insjön
Tel: 0247-444 00
Fax: 0247-444 25
www.clasohlson.se

Organisationsnummer: 556035-8672

clas ohlson