

Den svaga utvecklingen i försäljning och resultat under året ställer krav på stora omställningar inom Hemtex, ett arbete som har högsta prioritet för mig och övriga ledningen.

VD har ordet

## Stora omställningar

**D**en nyligen genomförda nyemissionen, som tillfört Hemtex 164 Mkr, har ökat handlingsutrymmet för att driva de viktiga förändringar som krävs. Det kostnadsbesparings- och effektiviseringsprogram som genomförts tidigare under året har minskat kostnaderna i jämförbara butiker med 40 Mkr. Programmet kommer att fortsätta under 2009/2010 med fokus på inköp, logistik och drift samt struktur inom butiksverksamheten. Vi har även infört en ny prisstrategi där ordinariepriserna på ett stort antal varor sänkts och vi ser över butiksstrukturen i syfte att lägga ned ett antal olönsamma butiker. Under 2008/2009 fattades beslut att stänga fem butiker och ytterligare ett tiotal stängningar kommer att verkställas under innevarande verksamhetsår. Vi utnyttjar samtidigt lågkonjunkturen och lägre hyresnivåer för att expandera i bra lägen, men vi ser ingen nettoökning av butiker under verksamhetsåret 2009/2010.

I augusti är vår nya affärsplan klar och därmed inriktning på Hemtex framtida strategi. Mycket är redan påbörjat och under hösten räknar vi med att samtliga processer är i full gång. Den enskilt viktigaste förändringen är en neddragning av Hemtex sortiment med 40 procent. Detta kommer att markant tydliggöra vårt erbjudande till kund. Det är dessutom en åtgärd som kommer att möjliggöra och driva skärpta inköp, enklare distribution, lagring och butikshantering. Neddragningen av sortimentet och övriga åtgärder kommer sammantaget leda till att vi inom tre år förbättrar rörelsemarginalen till 13–15 procent.

Låt mig sammanfatta innehållet i affärsplanen i följande punkter:

### **Sortimentsledarskap**

Konkurrensen är hård och det finns många aktörer på marknaden, varav de flesta är lågprisaktörer. Vi har beslutat att distansera oss från dem genom att lägga all vår kraft på att ta ett sortimentsledarskap och att tillhandahålla marknads bästa service. Erbjudandet till kunderna skall vara kvalitetsprodukter inom hemtextil med en oslagbar bredd och djup i kärnkategorierna.

### **Koncentration av sortimentet**

Sortimentet skall fortsätta att förändras. En kraftig neddragning och koncentration av sortimentet kommer att ske, med en ökad andel basvaror och en mindre andel trendvaror.

Spännvidden i prisstegen kommer att öka där premiumprodukterna blir fler än idag. Fler innovationer i form av nya funktioner, nya material och nya materialkombinationer skall lanseras. Hemtex skall fortsätta att värna om nuvarande kärnmålgrupp men samtidigt bredda erbjudandet till att även passa nya målgrupper.

### **Tydliga butiker**

Med ett minskat sortiment skall våra butiker vara tydliga, inspirerande och kommersiella. Vi skall bli bäst på produktinformation och köpråd. Det skall vara lättnavigerat och lätthandlat. Vi skall förnya vårt butikskoncept och se över den grafiska profilen, men vi skall göra det med enkla medel och med produkten i fokus.

### **Fokus på bra service**

Vi har bestämt oss för att bli kännetecknade för att ha riktigt bra service. Bra service som innebär att vi är tillmötesgående och kunniga i vårt bemötande. Men bra service är också att på djupet förstå våra kunders problem

och behov i våra butiker eller vid användandet av våra produkter i sina hem. Vi skall förstå det och kunna erbjuda lösningar.

#### **Starka priserbjudanden och innovativ marknadsföring**

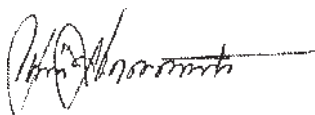
Vi har slutat med ständiga reor, och har ersatt det med starka priserbjudanden till våra kunder. Även i framtiden kommer vi arbeta med lagerrensningar men det skall balanseras med att vi kommunicerar nyheter, senaste trendvaran, tips och idéer och innovativa produkter. Vår kommande marknadsföring skall vara innovativ, överraskande och idédriven.

#### **Färre och större leverantörer**

Tack vare ett effektivare, mindre sortiment finns det stor potential att sänka våra inköspriser. Vi kommer att jobba strukturerat med att koncentrera, skapa stora volymer och konkurrensutsätta våra leverantörer i vår strävan att förbättra våra inköp. Både inköspriser och kvalitet skall ligga i fokus. Liksom vårt miljö- och sociala ansvar.

Hemtex har starka ägare, ett starkt varumärke och butiksnät, engagerad och kompetent personal. Jag känner stor tillförsikt att vi, med det kraftiga omställningsprogram som nu tar form, kommer att kunna återta tappad försäljning och lönsamhet. Vi har bestämt oss för att ta sortimentsledarskap för hemtextil i Sverige och vi skall erbjuda marknadens bästa service. Det är en utmaning och vi kan inte vänta med att börja.

Borås i juni 2009



Göran Ydstrand  
VD och koncernchef

