

Dalsjöfors, 2017-03-16

## TREÅRIG TILLVÄXTSTRATEGI SAMT MÅLSÄTTNING ANTAGEN AV STYRELSEN

I enlighet med de tillväxtåtgärder som påbörjades under 2016, antog Styrelsen nyligen en fastlagd treårig strategi med följande målsättningar; att senast år 2020 nå 100 miljoner kronor i omsättning med en god lönsamhet.

Tillväxt- och lönsamhetsmålsättningen har följande hörnstenar:

- Butiksbeståndet skall utökas till 10-15 butiker, främst genom förvärv av lönsamma verksamheter på attraktiva orter, med en hög grad av populära externa varumärken samt rimlig konkurrens från andra fysiska handlare.
- Förbättrat kunderbjudande, där egna varumärken eller unika produkter från befintliga leverantörer inom vigsel- och förlovningskategorin tar en högre andel av försäljningen samt ökad fokusering på marknadsledande varumärken.
- Organisk tillväxt via e-handel och omnikanal, ökad marknadsföringsaktivitet, sortimentsexpansion samt förbättrad upplevelse på ny eller förbättrad e-handelssajt.
- Förbättrad logistikhantering, där koncernens hela butiksbestånd är integrerat med kassasystem och lagersaldo, samt administrera god e-handelslogistik.

Bolaget har en opportunistisk syn på expansion till framförallt Norge och/eller Finland, men arbetar för närvarande inte aktivt med detta.

Utöver ovan kommer en försäljning av befintligt fastighetsbestånd att utforskas och Styrelsen avser att hyra lokaler där bolaget är verksamhet.

Bolaget avser primärt finansiera förvärv och expansion med krediter från säljare eller bank, samt egna medel från en lönsam underliggande verksamhet, men kan även komma att genomföra nyemissioner för att komplettera och balansera soliditeten och likviditet.

Framgent kommer Bolaget att i kommande årsredovisningar samt kvartalsrapporter rapportera koncernens omsättning, bruttovinstmarginal, EBITDA och antal butiker till aktieägarna för att säkerställa tydlighet i måluppfyllnad, samt fastställa dessa mål och huruvida målen kvarstår framåt.

/Styrelsen

För mer information maila: Mats Bergengren, VD Online Brands Nordic AB (publ),  
[mats.bergengren@hedbergsguld.se](mailto:mats.bergengren@hedbergsguld.se)

Mer om Online Brands Nordic AB (publ)

Online Brands Nordic AB, [www.onlinebrands.se](http://www.onlinebrands.se), är en koncern som driver en ledande e-butik på den svenska marknaden för smycken. Koncernen består idag av moderbolaget Online Brands Nordic AB, det helägda dotterbolaget Hedbergs Guld & Silver AB, som säljer vigselringar, smycken, klockor och matsilver via e-handelsbutiken, [www.hedbergsguld.se](http://www.hedbergsguld.se) och sin fysiska butik i Dalsjöfors utanför Borås, Juvelerare Eric G Andersson AB som bedriver smyckes- och klockhandel i Västervik samt Juvelerare John Victorin i Varberg AB som bedriver smyckeshandel i Varberg. Bolaget har sedan 1908 sålt smycken av högsta kvalitet till konkurrenskraftiga priser.



Online Brands Nordic AB (publ)  
Boråsvägen 40  
516 81 Dalsjöfors  
Org. nr. 556211-8637  
[info@onlinebrands.se](mailto:info@onlinebrands.se)  
Telefon: 033-27 25 00

Aktien handlas på First North under tickerkoden OBAB.

Bolagets Certified Adviser är Mangold Fondkommission AB, tel 08- 503 10 550

”Denna information är sådan information som Online Brands Nordic AB (publ) är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersons försorg, för offentliggörande den 16 mars 2017 kl. 08.30 CET.”