

BHG stärker sin marknadsledande position i Premiumsegmentet genom att Nordic Nest förvärvar varumärket Kitchentime och konsoliderar in LampGallerian

I linje med tidigare kommunicerad strategi har BHG Group (BHG) under det senaste året implementerat flera strukturella förändringar för att skapa en skalbar, effektiv och mer flexibel verksamhet. Målet är att gruppera verksamheten i våra tre segment (Home Improvement, Value Home och Premium Living), vilket möjliggör avsevärda synergier, ökat kundfokus samt skapar förbättrade möjligheter för internationell tillväxt med Norden som bas.

Genom tilläggsförvärvet av Kitchentime (KT) och genom att LampGallerian (LG) konsolideras in i Nordic Nest Group (NN) adderas två specialister inom de för NN viktiga produktkategorierna kök, matlagning och belysning. KT och LG kommer, liksom NNs övriga varumärken, att integreras fullt ut i NNs befintliga infrastruktur i Kalmar med förbättrade skalfördelar som följd, i linje med BHGs strategi att fokusera på konsolidering och lönsam tillväxt i våra tre segment. Förvärvet av Kitchentime görs genom en inkrämsöverlåtelse där NN förvärvar rättigheterna till varumärket mot en köpeskilling om 30 Mkr samt varulagret mot en maximal köpeskilling om 35 Mkr. Transaktionen kommer att genomföras 1 april 2024.

- NN är idag Nordens ledande aktör inom premiumsegmentet som helhet genom varumärkena Nordic Nest och Svenssons. I tillskott till sin ledande position i Norden har NN en betydande och snabbt växande marknadsandel i Tyskland och övriga Europa liksom i Asien, i det där växande segmentet nordisk design.
- KT är en av marknadsledarna i Norden inom matlagnings-, serverings- och köksprodukter, vilka är marknader och produktkategorier där NN redan har en ledande position.
- LG har sedan BHG förvärvade bolaget 2019 vuxit kraftigt och lönsamt på sin svenska hemmamarknad och genom omfattande och skalbar internationell expansion. Genom att integrera LG i NN kommer affärsmodellen bli ännu mer effektiv. LG har tidigare rapporterats som en del av BHGs Value Home-segment men kommer efter att ha integreras in i NN rapporteras som en del av Premium-segmentet från och med 1 januari 2024.

"Med Nordic Nest och Svenssons har vi byggt upp den globalt starkaste aktören inom skandinaviska premiummöbler och heminredning. Nu kommer de viktiga kategorierna belysning, kök och matlagning att stärkas ytterligare med Kitchentime och LampGallerian. Vi ser en stor kundgrupp som gärna köper köks-, matlagnings- och belysningsprodukter från specialister. I en mer mogen onlinemarknad är det viktigt att alla varumärken/sajter har ett tydligt erbjudande till kunden. Med den tillkommande omsättningen får vi ännu bättre skalfördelar i den befintliga verksamheten i allt från logistik till kommersiella funktioner" säger Nordic Nests Vd Bank Bergström.

"Vår strategiska ambition är att konsolidera in våra bolag i färre men större plattformar för att därigenom uppnå skaleffekter och förenkla vår struktur. Att addera Kitchentime och LampGallerian till Nordic Nest Group är helt i linje med vår strategi. Vi konsoliderar verksamheten i Premium-segmentet och stärker vårt kunderbudande. Efter konsolideringen omsätter Nordic Nest Group 2,3 Mdkr proforma på basis av rullande tolv månader per 30 september 2023" säger BHG Groups Vd Gustaf Öhrn.

Kontakter

Gustaf Öhrn, VD och koncernchef för BHG Group
Telefon: +46 (0) 70 420 44 36. E-post: gustaf.ohrn@bhggroup.se

Bank Bergström, Chef för segment Premium Living
Telefon: +46 (0) 73 523 20 01. E-post: bank.bergstrom@nordicnest.com

Bifogade filer

[BHG stärker sin marknadsledande position i Premiumsegmentet genom att Nordic Nest förvärvar varumärket Kitchentime och konsoliderar in LampGallerian](#)