


ÅR

20
19

STOCKMANN

STOCKMANN ERBJUDER ett högklassigt urval av varumärken, professionell kundservice och inspirerande shopping i sina varuhus, modebutiker och näthandel. Vårt eget *utbud koncentrerar sig på mode, skönhet och produkter för hemmet* samt i Baltikum även Stockmann Delikatessen. Utbudet kompletteras av partners kvalitativa produkter och service. *Vår vision är att vara en marknadsplats för ett bra liv.*

- 
- 4** Stockmann år 2019
 - 6** Verkställande direktörens översikt
 - 7** Strategi
 - 9** Affärsenheterna i korthet
 - 11** Mode
 - 13** Skönhet
 - 15** Hem
 - 17** Finansiellt resultat år 2019
 - 18** Kontaktuppgifter

RAPPORTERING

Stockmanns rapportering består av fyra delar: affärsöversikten 'År 2019', en ekonomisk översikt, en förvaltningsöversikt samt en översikt om CSR. Den ekonomiska översikten innehåller styrelsens verksamhetsberättelse och bokslutet. CSR-översikten redogör för CSR-arbetet mer detaljerat och i enlighet med GRI-standardernas rapporteringsinstruktioner.

Alla översikter finns tillgängliga på finska, svenska och engelska på ar2019.stockmanngroup.com

STOCKMANN ÅR 2019

PERSONAL // JANUARI

STOCKMANN DELTOG I KAMPANJEN TALA GÄRNA SVENSKA MED MIG

Sedan början av 2019 deltar Stockmann i kampanjen *Tala gärna svenska med mig* som uppmuntrar till att tala svenska med kunder och som ordnas av Finlandssvenskt samarbetsforum. Stockmanns medarbetare kan använda en pins med texten "Tala gärna svenska med mig" för att informera kunder om att de gärna också betjänar på svenska.

REAL ESTATE // JANUARI

AFFÄRSVERKSAMHETEN I RYSSLAND UPPHÖRDE

I januari slutförde Stockmann försäljningen av köpcentret Nevsky Centre i S:t Petersburg till den nya ägaren PPF Real Estate. Efter försäljningen av Nevsky Centre har Stockmannkoncernen inte längre egen affärsverksamhet i Ryssland. Stockmanns varuhusverksamhet i Ryssland bedrivs av AO Stockmann, ett bolag som ägs av Reviva Holdings Limited sedan februari 2016. Stockmann har ett licensavtal med Reviva om användning av varumärket Stockmann i Ryssland fram till 2023.



STOCKMANN ANTOG UTMANINGEN MUOVITON MAALISKUU

Stockmann antog utmaningen Muoviton maaliskuu (Plastfri mars) och lyfte under en månads tid fram sina insatser för att minska användningen av plast. Att minska användningen av plast är en viktig och aktuell del av Stockmanns CSR-arbete, och Stockmann vill erbjuda sina kunder fler ansvarsfulla och plastfria alternativ. År 2019 slutade Stockmann sälja bland annat engångskarlar och vaddpinnar i plast.

VARUHUS // JUNI

VARUHUSET I JUMBO RENOVERAS FRÅN GOLV TILL TAK

På sommaren meddelade Stockmann att varuhuset i Jumbo kommer att totalrenoveras, och renoveringen väntas vara klar i slutet av året. I och med förymseln får varuhuset ett mer unikt och omfattande sortiment av kläder för såväl kvinnor och män som barn. I enlighet med kundernas önskemål fokuserar sortimentet i varuhuset på högklassiga och hållbara produkter. Vid sidan av mode satsar varuhuset på kosmetik. Både skönhetsavdelningens golvyta och sortiment utvidgas. Nyheter lanseras i synnerhet inom populär ekologisk kosmetik.



ONLINE // JUNI

ONLINE EXCLUSIVE-SORTIMENTET LANSERADES PÅ STOCKMANN.COM

Online Exclusive-partnernas varumärken lanserades på *stockmann.com* i juni. De nya varumärkena kompletterar nätbutikens sortiment främst inom mode, heminredning och skönhet. På webben har man också lanserat helt nya produktområden som passar in i Stockmanns befintliga sortiment och som kunderna önskat, såsom inhemska Pelagos cyklar. Den nya affärsmodellen gör det möjligt för Stockmann att flexibelt och snabbt lansera varumärken av samarbetspartner, och Online Exclusive-sortimentet innehåller redan närmare 300 produkter av våra samarbetspartner.



LINDEX // JULI

LINDEX INLEDDE SAMARBETE MED BOOZT

I juli inledde Lindex samarbete med Boozt, som är en populär nätbutik i Norden. I och med samarbetet ökar Lindex digitala affärsverksamhet och stärker dess position som ett globalt varumärke. Boozt säljer Lindex mode och underkläder för kvinnor och barnkläder.



LEDNING // AUGUSTI

FÖRÄNDRINGAR I STOCKMANN'S LEDNING

Jari Latvanen utnämndes till Stockmanns nya verkställande direktör i augusti. Samtidigt utnämndes *Pekka Vähähyyppä* till Stockmanns ekonomidirektör.



UTBUD // SEPTEMBER

NYTT VARUMÄRKE INOM HERRMODE

I september lanserade Stockmann det nya varumärket Construe, som erbjuder män eleganta och moderna kläder av hållbara material. Construe-produkterna designas av Stockmanns Design Studio i Sockenbacka i Helsingfors. Varumärkets moderna och tidlösa stil baserar sig på genomtänkta detaljer, såsom snitt och högklassiga material. I tillverkningen av kläderna prefereras ekologisk bomull och mulesing-fri merinoylle. Kollektionen omfattar överdelar, jeans och byxor samt rockar för både arbete och fritid, och den har nyligen kompletterats med trendiga klädesplagg.

BALTIKUM // OKTOBER

GALNA DAGAR-NÄTBUTIKEN TILL BALTIKUM

Höstens Galna Dagar-kampanj erbjöd för första gången ett brett utbud av kvalitetsvarumärkesfynd, inte endast i varuhuset och nätbutiken galnadagar.com, utan nu även för nätshoppare i Estland och Lettland. Galna Dagar är en populär kampanj i Stockmanns varuhus i Tallinn och Riga, och nu togs även crazydays.com emot med öppna armar. Lanseringen av nätbutiken till nya marknader var ett viktigt steg i utvecklingen av Stockmanns digitala försäljning.



MYSTOCKMANN // OKTOBER

STAMKUNDS- PROGRAMMET FÖRNYADES

Stockmanns helt nya stamkundsprogram MyStockmann lanserades i oktober. Stockmann utvecklade programmet i ett och ett halvt år utifrån kundernas önskemål tillsammans med sina samarbetspartner. I och med MyStockmann ligger fokus nu på mobil användning, och under den första månaden laddades appen MyStockmann ner i över 100 000 mobiler. Utvecklingen av programmet fortsätter, och Stockmanns mål är att hela tiden erbjuda stamkunder nya funktioner och förmåner.



CSR // DECEMBER

JULENS VÄLGÖRENHETSKAMPANJER SPRED GLÄDJE I VARUHUSEN

Stockmann och Rädda Barnen rf ordnade inför julen en välgörenhetskampanj på Stockmanns varuhus i Finland. Stockmanns kunder understödde via donationskort med olika valörer inhemska barns studier och fritidsintressen med ca 25 800 euro. Dessutom deltog Stockmann än en gång i Kotona Asuen Seniorihoivas kampanj Ole Joulupukkina Seniorille som delar ut julblomsdonationer till ensamma seniorer. Med hjälp av kampanjen levererade Kotona Asuen Seniorihoiva närmare 1700 blomövertaskningar från Stockmanns varuhus till seniorer.

VARUHUS FÖRNYADES

Varuhuset i Tammerfors förnyades under hösten. På varuhusets gatuplan öppnades en smyckesavdelning, vars sortiment omfattar flera inhemska och internationella varumärken. På gatuplanet öppnades också en avdelning för gatumode med trendiga varumärken som också omfattar en sportavdelning enligt det nya konceptet. På heminredningsavdelningen öppnas en ny designavdelning, som utökade varuhusets möbel- och armatursortiment med flera efterfrågade designprodukter. Även förmylsen av varuhuset i Helsingfors påbörjades på sommaren på herravdelningen. Under innevarande år förnyas bland annat varuhusets damavdelning och väskavdelningen på gatuplanet.

FÖRÄNDRINGARNA FORTSATTE UNDER ÅR 2019



År 2019 förnyade vi vår strategi och förtydligade bolagets vision, mission och värderingar. Vårt mål är att göra Stockmann till en marknadsplats för ett bra liv, och som erbjuder det bästa och mest inspirerande sortimentet inom mode, skönhet och heminredning. Vi fokuserar starkt på utmärkt kundservice. Vi förnyar vårt utbud så att det i hög grad motsvarar kundernas behov, och vi utvidgar sortimentet av hållbara varumärken.

Lindex investerar i tillväxt med fokus på att växa såväl sin nuvarande verksamhet som att utforska nya affärsmöjligheter. Under 2019 gick Lindex in som partner och investerare i Closely, ett nytt svenskt underklädesvarumärke för kvinnor, vars premiumprodukter kommer att lanseras i höst. Partnerskapet är en del i Lindex arbete att skapa nya tillväxtpotentialer utifrån företagets styrkor. Lindex fortsätter att vidareutveckla och stärka lönsamheten i sitt butiksnät och utveckla sin e-handel. Modeföretaget växer digitalt, både genom sina egna kanaler och tillsammans med globala online partners.

I fjol implementerade vi målmedvetet koncernens omstruktureringprogram vars resultat återspeglas i förnyat sortiment, service och en minskande kostnadsnivå. Både Stockmann och Lindex utvecklade digitala tjänster och använde tekniska lösningar för att stärka flerkanaligheten. Under sommaren kompletterades Stockmanns nätbutik av utmärkta varumärken av Online Exclusive-partners och nya produktområden som kompletterar vårt sortiment. Vi lanserade också allt fler hållbara alternativ i alla kategorier och ökade avsevärt andelen ekologisk kosmetik i vårt sortiment.

I oktober lanserade Stockmann stamkundprogrammet MyStockmann, som vi utvecklat utifrån kundernas önskemål tillsammans med våra samarbetspartners. Vi har även infört välgörenhets- och serviceförmåner i programmet. Utvecklingen av programmet fortsätter, och vårt mål är att hela tiden erbjuda stamkunderna nya funktioner och förmåner.

Saneringen av Stockmanns affärsverksamhet i syfte att göra verksamheten lönsam förutsätter fortfarande omfattande reformer och kostnadseffektivitet. År 2019 fattade vi flera viktiga och även svåra beslut relaterade till organisationen och affärsverksamheten. Försäljningen av köpcentret Nevsky Centre och en förminskning av bolagets skuldbörda var viktiga åtgärder med tanke på Stockmanns framtid. På sommaren fördes samarbetsförhandlingar inom Stockmann vilket resulterade i en minskning av personalen. Bolagets styrelse har beslutat att utreda olika strategiska alternativ för Lindex ägarskap. Arbetet i detta avseende fortsätter planenligt.

Omsättningen år 2019 uppgick till 960 miljoner euro. Ett positivt rörelseresultat uppnåddes tack vare den goda utvecklingen av det pågående inbesparings- och omstruktureringprogrammet samt en positiv utveckling hos både Lindex och Stockmann. Största delen av inbesparingarna återspeglas i resultatet för år 2020. Reformerna fortsätter och vårt mål är att uppnå en hållbar nivå för varhusverksamheten fram till år 2021 och utveckla Lindex starkt i enlighet med riktlinjerna för den godkända strategin.

Jag vill tacka Stockmanns och Lindex medarbetare för deras engagemang i förnyelsen av affärsverksamheten och verksamhetsmodeller samt för betjäning av våra kunder på bästa möjliga sätt. Jag vill tacka våra kunder, ägare och övriga intressenter för samarbetet och förtroendet. Jag började som vd i augusti och fortsätter målmedvetet arbetet tillsammans med våra medarbetare och samarbetspartners. Flera projekt pågår för att förbättra utvecklingen. Vårt gemensamma mål är att möjliggöra framtida framgångar för Stockmannkoncernen och att erbjuda våra kunder varaktiga upplevelser varje dag.

JARI LATVANEN

Verkställande direktör
@LatvanenJari

UNIKA KUNDUPPLEVELSER

STRATEGI 2019–2021 // *Under 2019 förnyade Stockmann sin strategi och lanserade en ny förtydligad version av visionen, missionen och värderingarna. Både Stockmann och Lindex satsar starkt på stamkunder, utmärkta kundupplevelser, service via flera kanaler och ett hållbart sortiment.*

STOCKMANN – EN MARKNADSPLATS FÖR ETT GOTT LIV

Omvälvingarna är fortlöpande inom handeln, det globala marknadsläget fluktuerar, konkurrensen ökar och konsumenternas beteende och vanor förändras. För att tackla dessa frågor förnyade Stockmann sin strategi sommaren 2019. Stockmanns mål är att vara en marknadsplats för ett gott liv och kundernas primära inspirationskälla inom mode, skönhet och heminredning. En utmärkt kundservice och högklassiga kundupplevelser är kärnan i all verksamhet.

Stockmann fokuserar på att öka sin marknadsandel inom definierade kundsegment, moderna proffs i arbetslivet samt sociala och klassiska shoppare. Det förnyade stamkundsprogrammet MyStockmann lanserades i oktober 2019, och utvecklingsarbetet fortsätter tillsammans med våra partners och kunder. Målet är att skapa övergripande MyStockmann-kundupplevelser i varuhuset och näthandeln som består av ett högklassigt sortiment och aktuella trender, mångsidiga tjänster och upplevelser, en inspirerande shoppingmiljö och personliga förmåner.

Stockmann har ett aktuellt och brett sortiment av både inhemska och utländska varumärken. Det högklassiga premium-utbudet utvecklas, och designvarumärken lanseras. Vi erbjuder också kunderna ett växande sortiment av hållbara varumärken, och utbudet av olika slags tjänster inom till exempel mode och skönhet ökar. Stockmanns eget sortiment kompletteras av flera samarbetspartners produkter och tjänster både i varuhuset och i nätbutiken.

Stockmann förnyar hela tiden sina varuhuskoncept, lokaler och tjänster för att erbjuda inspiration och unika kundupplevelser jämfört med konkurrenterna. Våra kraftiga satsningar på digitala tjänster fortsätter, och de utnyttjas också allt mer i varuhuset. Stockmann.com förnyas, och målet för den nya nätbutiken är att förbättra shoppingupplevelsen genom att bland annat erbjuda mer personliga förmåner och tjänster samt nya funktioner.

LINDEX – STÄRKA OCH INSPIRERA KVINNOR ÖVERALLT

Lindex strategi 2020–2023 fokuserar på att stärka varumärket Lindex ytterligare, internationell tillväxt och i synnerhet den digitala förändringen. Lindex har en stark marknadsposition i Norden, en snabbt växande näthandel, ett välfungerande och flexibelt butiksnät och en ökande lönsamhet.

Lindex erbjuder modemedvetna och -intresserade kvinnor inspirerande och prisvärdigt mode. Sortimentet omfattar kläder för kvinnor, underkläder, barnkläder och kosmetik. Baserat på Lindex högre mission att stärka och inspirera kvinnor överallt lanserade Lindex under år 2019 sitt hållbarhetslöfte - att göra en skillnad för kommande generationer. Löftet är uppdelat i tre områden; stärka kvinnor, respektera planeten och säkerställa mänskliga rättigheter. Lindex internationella verksamhet är baserad på egna och franchisebutiker. Lindex säljer också sina produkter online över hela världen genom tredje parts samarbeten.

VÅR STRATEGI

VÅR VISION //

*Marknadsplatsen
för det goda livet*

VÅR VÄG MOT FRAMGÅNG //

- Vi växer inom våra målgrupper
- Vi stärker vårt utbud
- Vi uppdaterar vår nätbutik
- Vi engagerar våra kunder

VÅRT VARUMÄRKESLÖFTE //

En känsla som bibehålls

VÅR MISSION //

*Vi ger ett oförlömligt intryck.
Varje dag.*



AFFÄRSEHETERNA //

STOCKMANN

En föregångare med ett högkvalitativt utbud och en enhetlig kundupplevelse

LINDEX

Ett inspirerande och prisvärt mode

VÅRA VÄRDEN //



Fokus på kunden

Jag förstår, inspirerar och löser.



Agera modigt

Jag vågar, förnyar och beslutar.



Vi samarbetar

Jag bryr mig, deltar och uppnår.

AFFÄRS- ENHETERNA I KORTHET

STOCKMANN, GRUNDAT ÅR 1862, är ett finskt börsbolag inom detaljhandeln. Koncernen har tre affärsenheter: Lindex, Stockmann Retail och Real Estate. Bolaget har cirka **43 400 aktieägare och en personal på cirka 7 000**. En utomordentlig kundbetjäning och högkvalitativa kundupplevelser är kärnan i alla våra aktiviteter. Vårt utbud koncentrerar sig på *mode, skönhet och produkter för hemmet*.

OMSÄTTNING / milj. euro

960,4

1 018,8 (2018)

RÖRELSERESULTAT* / milj. euro

* Justerat

29,0

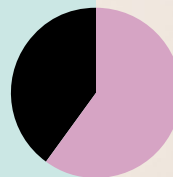
28,4 (2018)



OMSÄTTNING / per enhet

LINDEX 60 %

STOCKMANN 40 %



OMSÄTTNING / per marknad

FINLAND 38 %

SVERIGE & NORGE 46 %

BALTIKUM, RYSSLAND
& ÖVRIGA LÄNDER 16 %



8

VARUHUS

464

MODEBUTIKER

3

VARUHUSFASTIGHETER

VERKSAMHET I

23

LÄNDER



LINDEX

Lindex erbjuder i sina butiker och nätbutik modeupplevelser i världsklass samt ett brett utbud av dammode, barnkläder, underkläder och kosmetik.

OMSÄTTNING / milj. euro

575,8

589,9 (2018)

RÖRELSE-
RESULTAT* / milj. euro

34,8

30,4 (2018)

FÖRSÄLJNING / Per produktområde

DAMMODE	33 %
UNDERKLÄDER	28 %
BARNMODE	35 %
KOSMETIK	4 %



OMSÄTTNING / Per marknad

SVERIGE & NORGE	76 %
FINLAND	12 %
BALTIKUM & ÖVRIGA LÄNDER	12 %



* Justerat



STOCKMANN

Stockmann erbjuder ett högklassigt produkturval av varumärken, professionell kundservice och förstklassiga kundupplevelser i moderna och inspirerande flerkanaliga shoppingmiljöer.

OMSÄTTNING / milj. euro

386,8

429,0 (2018)

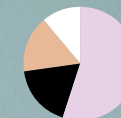
RÖRELSE-
RESULTAT* / milj. euro

-17,8

1,5 (2018)

FÖRSÄLJNING / Per produktområde

MODE	55 %
SKÖNHET	18 %
HEM	16 %
MAT	11 %



OMSÄTTNING / Per marknad

FINLAND	78 %
BALTIKUM	22 %



* Justerat



MODE

Mode är Stockmanns största produktområde som inkluderar ett brett urval kläder, accessoarer och skor såväl som sportkläder.

ALLT FLER VARUMÄRKEN OCH NY SHOPPINGMILJÖ

År 2019 lanserade Stockmann bland annat flera nya och intressanta varumärken, och dessutom förnyades modeavdelningarna. Lindex har breddat sitt samarbete med populära nätbutiker.

MODE, ANDEL AV
KONCERNENS FÖRSÄLJNING

80%

På hösten kompletterades modesortimentet på varuhusen i Finland och Baltikum med Stockmanns varumärke Construe, som riktar sig till män. Construe-produkterna designas av Stockmanns Design Studio i Sockenbacka i Helsingfors. Kollektionen omfattar överdelar, jeans och byxor samt rockar för både arbete och fritid, och den kompletteras under våren med eleganta klädesplagg, såsom väskor, plånböcker och solglasögon. I tillverkningen av kläderna prefereras hållbara material, såsom ekologisk bomull och mulesing-fri merinoylle.

Hållbara material används i hög grad också i kläder som hör till Stockmanns andra egna varumärken och i Lindex modeprodukter. År 2019 stod de hållbara materialens andel av Stockmanns egna modevarumärken för 46 procent, vilket motsvarade en ökning på 16 procent från året innan, medan andelen ansvarsfull bomull inom trikåprodukter redan är 73 %. När det gäller Lindex kollektioner tillverkas 65 procent i dag av hållbara material, och hela 98 procent av bomullsprodukterna består av ekologisk bomull. Målet för både Stockmann och Lindex är att öka andelen hållbara material ytterligare.

Under 2019 fräschades Stockmanns varuhus upp på flera sätt. Flera våningar på varuhuset i Tammerfors renoverades under hösten, och bland annat en ny avdelning för smycken, en helt ny avdelning för gatumode och en utvidgad designavdelning för heminredning öppnades. Utbudet av varumärken på varuhuset i Tammerfors ökade också med många favoritvarumärken bland kunderna.

Herravdelningen i varuhuset i Helsingfors fick i slutet av sommaren en ny image, och på damavdelningen öppnades en ny denim shop, med kultvarumärken och nya varumärken för vänner av jeans. Innevarande år fortsätter förnyelsen av flera avdelningar på varuhuset i Helsingfors. Även varuhuset i Jumbo förnyas från golv till tak, och renoveringen borde vara klar i slutet av året.

Lindex satsar på digital tillväxt och inledde i juli samarbete med den populära nätbutiken Bootz. År 2020 inleddes även samarbete med Zalando. Förutom dessa, kan Lindex mode även köpas från nätbutikerna ASOS och Nelly.



Stockmanns modesortiment kompletterades under 2019 med **många nya inhemska och internationella varumärken**, och det hållbart producerade sortimentet har vuxit ytterligare. På damavdelningen finns nu mode från bland annat Arela, Rodebjer, Uhana Design, Karl Lagerfeld, Kate Spade och NA-KD, medan nyheter på herravdelningen utgörs av mode från Napapijri, John Varvatos, Colmar, Cedrico och Billebeino. Sortimentet för barn har i sin tur kompletterats med bland annat inhemska Kaikos och Moikos hållbara produkter. Utbudet i Stockmanns nätbutik har sedan sommaren också kompletterats av Online Exclusive-samarbetspartnernas varumärken, och på varuhusen har sortimentet präglats av många intressanta pop up-butiker. /

Stockmanns breda urval av kosmetik inkluderar flera valmöjligheter från finska och internationella kvalitetsvarumärken.

SKÖNHET



EKOLOGISK KOSMETIK, DOFTER OCH ÖVERGRIPANDE VÄLBEFINNANDE

Stockmann vill inspirera sina kunder med ett mångsidigt och modernt skönhetsurval som hämtar en känsla av välmående och ett stänk av glitter till varje dag.

SKÖNHET, ANDEL AV
KONCERNENS FÖRSÄLJNING

10%

A r 2019 uppvisade konsumenterna fortsatt starkt intresse för skönhetsprodukternas råvaror, veganska produkter och certifikat. Under år 2019 satsade Stockmann därför på att utveckla kosmetikpersonalens kompetens samt på aktuell produktinformation och inspirerande innehåll på stockmann.com.

Naturkosmetik- och wellness-sortimentet kompletterades under året med bland annat Erborian, Huxley, The Ordinary och Ole Henriksen. Sedan slutet av 2019 omfattar Stockmanns sortiment också det ekologiska naturkosmetikvarumärket Rokua, som fokuserar på hudvårdsprodukter för män. Kunderna visade även stort intresse för ekologiska hårvårdsprodukter, och under året kompletterades sortimentet på detta område med de veganska varumärkena Maria Nila och Wedo.

En viktig prioritering inom Stockmanns kosmetikprodukter är ett omfattande och högklassigt utbud av parfym. De relativt nya doftvarumärkena, såsom Jo Malone och Tom Ford, som tidigare sålts på varuhuset i Helsingfors och stockmann.com, lanserades i fjol även i Stockmanns andra enheter antingen som en del av det fasta utbudet eller i form av pop up-butiker.

En positiv nyhet under 2019 var också att det populära hudvårdsvarumärket Kiehl's, som Stockmann har ensamrätt att sälja, även lanserades på varuhusen i Hagalund, Itis och Jumbo, och nu säljs varumärket på alla varhus i Finland.

Under innevarande år fortsätter Stockmann att utveckla de ovan nämnda områdena och premiumsortimentet inom kosmetik utifrån kundernas önskemål genom att satsa på nya varumärken på både varuhusen och stockmann.com.

Även Lindex erbjuder ett brett urval smink och sminktillbehör under sitt eget varumärke. Lindex hudvårdsprodukter uppfyller kraven för Miljömärket Svanen, och är även försedda med Lindex egna Sustainable Choice-märke.



/ Stockmann erbjuder ett urval av **skönhetstjänster** i sina varuhus. Kunder kan reservera tid för olika sminktjänster, såsom snabbsminkning eller bröllopsminkning, eller rådgivning för sminkning och hudvård. Tidsbeställning kan snabbt göras på stockmann.com, i varuhusen eller per telefon. Tjänsterna är även en del av det fönyade stamkundsprogrammet MyStockmann, som t.ex. inkluderar förmåner för uppdatering av sminkväskan och trimning av ögonbryn. /



Stockmann erbjuder
ett mångsidigt och
högkvalitativt utbud av
produkter för hemmet för
en underbar vardag.



ALLT SOM BEHÖVS I ETT TRIVSAMT HEM

Stockmanns omfattande heminrednings Sortiment av hållbara produkter inspirerar varje inredare att skapa en trivsam och unik miljö.

HEM, ANDEL AV
KONCERNENS FÖRSÄLJNING

6%

MAT, ANDEL AV
KONCERNENS FÖRSÄLJNING

4%

I inredningstrenderna 2019 framhövdes i synnerhet den nordiska livsstilen samt hållbara alternativ som är trivsamma och okonstlade. På Stockmann har dessa trender återspeglats i bland annat de nordiska varumärkenas popularitet samt i åtgången av högklassiga och hållbart tillverkade produkter. Under året kompletterades Stockmanns hemsortiment med bland annat inhemska Klaus Haapaniemis imponerande textilier samt möbler och inredningsprodukter från de personliga danska varumärkena Muubs och Warm Nordic. Hemsortimentet kompletteras också av nya Kreatfunk, som specialiserat sig på elegant hemelektronik i litet format.

Stockmanns heltäckande hemsortiment på stockmann.com utökades på sommaren dessutom av samarbetspartnerns Online Exclusive-produkter. Online Exclusive-sortimentet som endast finns i nätbutiken omfattar i synnerhet inhemska och hållbara varumärken såsom Poiat, Made by Choice och Luin Living.

Stockmann deltog på hösten för tredje gången i inrednings- och designevenemanget Habitare med det egna varumärket Casa Stockmann, som beviljats märket Design from Finland. Casa Stockmanns mångsidiga produktfamilj växte ytterligare i fjol. I kollektionen finns nu också stora yllemattor och ett större utbud av små möbler, och dessutom har det hållbara utbudet av textilier kompletterats med nya produkter, såsom en serie handdukar tillverkade av ekologisk bomull och GOTS-certifierade lakan. Även innevarande år kommer Stockmann att satsa på utvecklingen av Casa Stockmann och Villa Stockmann, och många nyheter kommer att lanseras i bägge kollektionerna i år.

Lindex lanserade i början av år 2020 ett Lindex Baby Home-urval, som inkluderar mjuka sängkläder, filter, dynor och mjukisdjur samt lekfulla förvaringskorgar och vimplar. Produkterna är tillverkade av GOTS-certifierad ekologisk bomull och återvunnen polyester.



Stockmanns, MobilePays och Zoans gemensamt utvecklade virtuella shoppingupplevelse gjorde det möjligt för gäster på evenemanget Slush i november att bekanta sig med finländsk design på Stockmann. Den virtuella butiken gjorde det också möjligt att betala inköp och få fysiska produkter. **Den virtuella butiken** på Slush var ett lyckat experiment för Stockmann, och därför fortsätter utredningen av de möjligheter som den virtuella världen erbjuder. /

FINANSIELLT RESULTAT ÅR 2019

Stockmannkoncernens omsättning var 960,4 miljoner euro (1 018,8) år 2019, en minskning på 4,6 % enligt jämförbara valutakurser. Det justerade rörelseresultatet uppgick till 29,0 miljoner euro (28,4, eller 10,4 exklusive Nevsky Centre). Det positiva resultatet uppnåddes genom förnyelseprogrammet, pågående inbesparingar samt förbättrade resultat inom såväl Lindex som Stockmann. Försäljningen av Nevsky Centre –fastigheten slutfördes i januari 2019. Lindex hade ett starkt helårsresultat med ökad lönsamhet på samtliga marknader, försäljningskanaler och affärsområden. I augusti 2019 beslöt styrelsen beslutat att undersöka strategiska alternativ för Lindex ägarskap.

Under år 2019 gjordes flera viktiga organisatoriska och affärsmässiga beslut vilka bidrog till att minska omsättningen. Stockmann-enhetens affärsverksamhet förblev förlustbringande för hela året, trots att sista kvartalet var lönsamt. I slutet av året emitterade Stockmann hybridobligationer till ett värde av 21 miljoner euro genom en ytterligare emission i enlighet med villkoren för dess utestående hybridlån på 85 miljoner euro, och hybridlånets återbetalning skjöts fram. Stockmann omförhandlade villkoren för sina långsiktiga kreditfaciliteter med banker under det fjärde kvartalet.

Det justerade resultatet per aktie uppgick till -0,63 euro (-0,22). Styrelsen föreslår att ingen dividend utbetalas för räkenskapsåret 2019.



LÄS MER

i den ekonomiska översikten på ar2019.stockmanngroup.com

NYCKELTAL

	2019	2018
OMSÄTTNING, milj. euro	960,4	1 018,8
BRUTTOMARGINAL, procent	56,3	56,9
DRIFTSBIDRAG (EBITDA), adjusted, milj. euro	168,6	84,3
RÖRELSERESULTAT, milj. euro	13,3	-5,0
– justerat, milj. euro	29,0	28,4
JUSTERINGAR I RÖRELSERESULTATET, milj. euro	-15,6	-33,4
NETTOFINANSIERINGSKOSTNADER, milj. euro	52,7	34,6
RESULTAT FÖRE SKATT, milj. euro	-39,3	-39,6
RAPPORTPERIODENS RESULTAT, milj. euro, kvarvarande verksamhet	-54,3	-43,7
RESULTAT/AKTIE, outspädd, euro	-0,84	-0,68
– inklusive avecklade verksamhet, euro	-	-0,70
AFFÄRSVERKSAMHETENS KASSAFLÖDE, milj. euro	102,3	82,9
INVESTERINGAR, milj. euro	33,8	29,3
NETTOSKULDSÄTTNINGSGRAD, procent	112,4	64,5
SOLIDITET, procent	38,1	46,2
EGET KAPITAL/AKTIE, euro	11,12	11,71
PERSONAL, medeltal	7 002	7 241

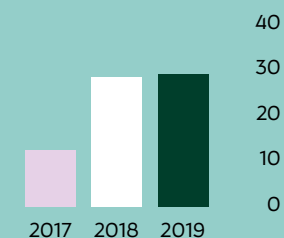


LÄS MER

i Stockmanns IR-applikationen myirapp.com/stockmann/

RÖRELSERESULTAT

milj. euro / justerat





KONTAKTUPPGIFTER

Företagsledningen

Stockmann Oyj Abp
PB 220
(Aleksanterinkatu 52 B)
00101 Helsingfors
Tel. 09 1211

Stockmann och koncernens gemensamma funktioner

Stockmann Oyj Abp
PB 147 (Smedjevägen 1-3)
00381 Helsingfors
Tel. 09 1211

Inköpskontorens kontaktuppgifter

stockmanngroup.com

Kommunikation och CSR

Media Desk, tel. 050 389 0011
(vardagar kl. 9-16)
info@stockmann.com
investor.relations@stockmann.com

stockmann.com

Kundtjänst:
kundtjanst@stockmann.com
Tel. 09 1211

Varuhusens**kontaktuppgifter**

Finland: stockmann.com
Estland: stockmann.ee
Letland: stockmann.lv

Lindex

Box 233 (Nils Ericsonsplatsen 3)
401 23 Göteborg, Sverige
Tel. +46 31 739 5000

lindex.com

Kundtjänst:
customerservice-se@lindex.com
Tel. 0800 130 730



BOLAGSSTÄMMAN

Stockmann Oyj Abp:s ordinarie bolagsstämma år 2020 hålls den 18 mars 2020 klockan 14.00 i Finlandiahuset i Helsingfors, Mannerheimvägen 13. Till bolagsstämman skall anmälas senast den 13 mars 2020 klockan 16.00. Läs mer om om ärenden i anslutning till bolagsstämman på bolagets webbplats stockmanngroup.com:

- Kallelse till bolagsstämman
- Anmälan till bolagsstämman
- Förslag till bolagsstämman

**LÄS MER**

i förvaltningsöversikten
ar2019.stockmanngroup.com

FÖLJ OSS

**STOCKMANN**

facebook.com/stockmannCOM
instagram.com/stockmanncom
fi.pinterest.com/stockmanncom/
linkedin.com/company/stockmann-oyj-abp
twitter.com/stockmannFI
flickr.com/photos/stockmanngroup
youtube.com/stockmannCOM

LINDEX

facebook.com/lindex
instagram.com/lindexofficial
linkedin.com/company/lindex
twitter.com/lindexofficial
youtube.com/lindex



IR-KALENDER ÅR 2020

18.3.2020

Bolagsstämma

30.4.2020

Delårsrapport januari-mars

24.7.2020

Halvårsrapport januari-juni

30.10.2020

Delårsrapport januari-september



Alexandersgatan 52 B
PB 220
FI-00101 Helsingfors, Finland
Tel. +358 9 1211
stockmann.com
stockmanngroup.com