

# BJÖRN BORG

Stockholm den 21 december 2011

## **Pressmeddelande**

### **Lansering av Björn Borg i Kina**

**Björn Borg har beslutat lansera varumärket i Kina. Etableringen sker tillsammans med en erfaren lokal partner genom ett nytt bolag med Björn Borg som huvudägare. Ambitionen är att positionera varumärket hos den växande gruppen av modemedvetna unga i landet.**

Planen är att starta försäljning i Shanghai under andra halvåret 2012, framför allt genom Björn Borg-butiker och shop-in-shops på större varuhus med försäljning av underkläder, sportkläder, skor och väskor. I planen ingår även etablering av e-handel.

*”Etablering i Kina är ännu ett viktigt steg för att skapa förutsättningar för framtida tillväxt för Björn Borg. Vi tror att Björn Borg attraherar den framväxande medelklass som efterfrågar starka och personliga varumärken. Med en kunnig partner och ett etablerat kontaktnät ser vi goda möjligheter att bygga upp en bra försäljning på en av världens viktigaste konsumentmarknader”, säger Arthur Engel, VD för Björn Borg.*

Etableringen sker tillsammans med en lokal partner med mångårig branschfarenhet och stort kunnande inom såväl produktutveckling som produktion och distribution. En av ägarna, Penny York, har tidigare haft ledande befattningar i det kinesiska klädproduktions- och varumärkesbolaget Dragon Crowd, där hon ansvarade för uppbyggnaden av det internationella underkläder-varumärket Schiesser i Kina med etablering av över 500 försäljningsställen.

*”Vi ser fram emot att få etablera Björn Borg och tror att varumärket passar den kinesiska marknaden väl, särskilt givet den färgstarka och moderiktiga designen. Med Björn Borgs speciella varumärkesprofil och en väl planerad och långsiktig satsning ser vi en stark potential för varumärket i landet”, säger Penny York, blivande VD för Björn Borgs verksamhet i Kina.*

Parterna bildar ett bolag för den kinesiska verksamheten där Björn Borg blir majoritetsägare med 75 procent medan den lokale partnern äger 25 procent. Satsningen i Kina beräknas för 2012 innebära en belastning på koncernens rörelseresultat om högst 10 MSEK och marginell påverkan på omsättningen. För 2013 beräknas den negativa resultatpåverkan bli lägre.

För ytterligare information vänligen kontakta:

Arthur Engel, VD, telefon 08-506 33 700, e-post [arthur.engel@bjornborg.com](mailto:arthur.engel@bjornborg.com)

Fredrik Lövstedt, styrelseordförande, telefon 0708-59 54 80, e-post [fredrik.lovstedt@bjornborg.com](mailto:fredrik.lovstedt@bjornborg.com)



*Koncernen äger varumärket Björn Borg och fokus för verksamheten är underkläder. Därtill erbjuds via licenstagare kläder, skor, väskor, glasögon och parfym. Björn Borg-produkter säljs på ett tjugotal marknader, varav Sverige och Holland är de största. Björn Borg-koncernen har egen verksamhet i alla led från varumärkesutveckling till konsumentförsäljning i egna Björn Borg-butiker. Totalt uppgick försäljningen av Björn Borg-produkter 2010 till cirka 1,7 miljarder kronor, exklusive moms, i konsumentledet. Koncernens nettoomsättning uppgick 2010 till 536 MSEK och antalet anställda var 100. Björn Borg-aktien är noterad på Nasdaq OMX Nordic i Stockholm sedan 2007.*