

Stærk udvikling i Louis Poulsen i 2015

Louis Poulsen-koncernen øgede omsætningen med 10% til 716 mio. kr. og løftede driftsresultatet (EBITDA) med 43% til 89 mio. kr. i 2015. Fremgangen var drevet af en positiv udvikling på de skandinaviske markeder og en styrkelse af salgsorganisationen understøttet af væsentlige investeringer i produktudvikling og etablering af nye designersamarbejder såvel som forøget tilstedeværelse i attraktive markeder. Den positive udvikling i omsætning og driftsresultat forventes at fortsætte i 2016.

I 2015 øgede Louis Poulsen den samlede omsætning til 716 mio. kr. (2014: 653 mio. kr.) som følge af en positiv udvikling på de skandinaviske markeder og væsentlig fremgang i salget til private kunder samt valutakursgevinster.

Driftsresultatet (EBITDA) steg til 89 mio. kr. (2014: 62 mio. kr.) drevet af omsætningsvæksten og gennemførte effektiviseringstiltag i produktionen samt tilpasning af organisationen. Samtidig reducerede koncernen den nettorentebærende gæld med 86 mio. kr. til 189 mio. kr. (2014: 274 mio. kr.).

"Vi skabte fremdrift i salget i 2015 og fortsatte investeringerne i produktudvikling, salgsorganisation og tilstedeværelse på tværs af markeder, kundegrupper og kanaler. Udviklingen af nye produkter er accelereret, og vi forbedrede lønsomheden markant i et år med fokus på effektivisering og en række forandringer på de indre linjer. Sammen har vi udfordret konventionerne og gentænkt vores måde at gøre tingene på, og det skaber resultater," siger CEO Christian Engsted.

Gennem procesoptimering inden for produktudvikling og produktion har Louis Poulsen blandt andet forbedret den interne planlægning og reduceret både gennemløbstiden og tidsforbruget fra ide over udvikling til markedsføring af nye produkter. De nye NJP- og Patera-lamper er gode eksempler på design- og salgsmæssige succeser med kort time-to-market. Samtidig er der gennemført en oprustning af salgsstyrken og åbnet nye showrooms i Oslo, Los Angeles og London samt investeret i at skabe en stærkere tilstedeværelse online for at sikre, at Louis Poulsen er tilgængelig på flere platforme for stadig flere kunder. Louis Poulsen styrkede derfor også salgsindsatsen i Commercial-segmentet, som omfatter kunder inden for blandt andet restaurationsbranchen og detailkæder, hvor vækstraterne er højere end i koncernens traditionelle Professional- og Residential-segmenter (henholdsvis professionelle aktører så som arkitekter og private forbrugere).

"Med vores stærke brand, danske håndværk og unikke portefølje af tilknyttede designere er det potentielle marked stort, og der ligger fortsat store muligheder og opgaver foran os. I 2015 gjorde vi spillepladen større ved at styrke indsatsen over for nye kundegrupper og investere i at udvide aktiviteterne i de attraktive markeder, hvor vi allerede er til stede. Allerede i 2016 forventer vi, at den målrettede indsats vil skabe yderligere fremgang i USA og inden for salget til det kommercielle marked, som blandt andet udgøres af detailkæder, hoteller, restauranter og caféer," siger CEO Christian Engsted.

I forlængelse af den positive udvikling i 2015 og de iværksatte initiativer inden for produktudvikling, produktion og salg forventer ledelsen at øge omsætningen og driftsresultatet i 2016.

Kontaktinformation

Christian Engsted, CEO, tlf. +45 2877 1101

Udvalgte hoved- og nøgletal

DKK mio.	2015	2014^{*)}
Omsætning	715,5	652,8
EBITDA	88,7	62,0
EBITDA-margin, %	12,4	9,5
Egenkapital	247,1	215,8
Nettorentebærende gæld	188,8	274,4
Antal medarbejdere, ultimo	420	441

^{*)}: For sammenligningens skyld er der angivet ikke-reviderede proforma-tal for 2014.