



KappAhl

ÅRS
REDO
VIS
NING
2010



INNEHÅLL

VD-ord 2 Strategi och mål 4 Marknad 6 KappAhl's mode på kartan 8 Kundgrupper 10 Dam 12 Herr 14
Barn 16 Värdekedjan 18 Idé och design 19 Inköp 20 Produktion 20 Distribution 21 Marknadsföring & Butiks-
försäljning 22 Hållbar utveckling 25 Medarbetare 28 KappAhl-aktien 31 Flerårs- och kvartalsöversikt 33 Finansiell
information 35 Förvaltningsberättelse 35 Resultaträkning för koncernen 39 Balansräkning för koncernen 40 Förändringar
i koncernens eget kapital 42 Kassaflödesanalys för koncernen 43 Resultaträkning för moderbolaget 44 Balansräkning för
moderbolaget 45 Förändringar i moderbolagets eget kapital 46 Kassaflödesanalys för moderbolaget 47 Noter till de finansiella
rapporterna 48 Revisionsberättelse 68 Bolagsstyrningsrapport 69 Ledning 74 Styrelse 76 Finansiell kalender,
årsstämma och definitioner 78

Legal årsredovisning 35–68

MED KUNDEN I FOKUS



VISION

"KappAhl ska bli en betydande modekedja i Europa." Det är denna vision som driver KappAhl framåt. Allt som görs i vardagen ska i slutändan leda mot visionen. Varje insats, varje förändring, varje beslut.

AFFÄRSIDÉ

KappAhls affärsidé är "Prisvärt mode för många människor". Det är företagets uppgift att ge människor möjlighet att vara välklädda. När kunden har handlat hos KappAhl ska hon känna att hon är moderiktigt klädd och har använt pengarna väl.

STRATEGI

KappAhls strategi är inriktad på intäktsstillväxt och förbättrad lönsamhet. Strategin består av:

- Expansion av butiksnätet.
- Kontinuerlig uppgradering av butikerna.
- Ökad försäljning i befintliga butiker.
- Utnyttjande av skalfördelar i affärsmodellen.

MARKNAD

KappAhl verkar på modemarknaderna i Sverige, Norge, Finland, Polen och sedan oktober 2009 även Tjeckien. Företagets största enskilda marknad är Sverige. Det totala värdet på KappAhls marknad uppgick vid ingången av 2010 till 196 miljarder kronor.



DESIGN

Alla varor i KappAhls butiker är skapade av företagets designers. Totalt designas över 10 000 artiklar årligen. I företaget finns 35 designers och ett stort antal mönsterkonstruktörer. Läs mer på sidan 19.

INKÖP

Det är KappAhls inköpare som ytterst avgör vilka plagg som ska tillverkas och hur stora volymer som ska tas fram och när. Inköparna sätter även priser på varje enskild produkt. Läs mer på sidan 20.

NYCKELTAL	sep 09 –aug 10	sep 08 –aug 09	sep 07 –aug 08	sep 06 –aug 07	sep 05 –aug 06
Nettoomsättning, MSEK	5 111	4 866	4 622	4 473	4 217
Rörelseresultat, MSEK	551	526	651	618	530
Resultat efter skatt, MSEK	402	315	436	659	302
Bruttomarginal, %	61,8	61,1	62,4	61,1	60,2
Rörelsemarginal, %	10,8	10,8	14,1	13,8	12,6
Vinst per aktie, SEK	5,36	4,20	5,81	8,78	4,02
Antal butiker	345	319	291	272	260

NYCKELTAL Q1	2009 2010	2008 2009
Nettoomsättning, MSEK	1 344	1 266
Rörelseresultat, MSEK	207	176
Bruttomarginal, %	65,0%	64,3%
Rörelsemarginal, %	15,4%	13,9%
Resultat efter skatt, MSEK	178	113
vilket motsvarar SEK per aktie	2,37	1,51
Kassaflöde från den löpande verksamheten, MSEK	133	127



PRODUKTION

KappAhl's produktion sker hos noga utvalda leverantörer över hela världen. Att inte själva äga produktionsledet är ett medvetet val. Det skapar en flexibilitet som är en betydande framgångsfaktor i den tuffa konkurrensen på modemarknaden. Läs mer på sidan 20.

DISTRIBUTION

Timingen blir allt viktigare i modebranschen. Varorna ska vara i butiken vid exakt rätt tidpunkt. KappAhl är ett av de mest effektiva företagen i Europa på denna punkt. Läs mer på sidan 21.

FÖRSÄLJNING

KappAhl's marknadsföring sker samordnat i alla kanaler, där butiken är hjärtat. Varje år säljs över 60 miljoner plagg i de 345 butikerna, där besökarna inspireras och får hjälp med sina modeval. Läs mer på sidorna 22–24.

KUNDERNA

KappAhl säljer prisvärt mode till kvinnor och män mellan 30 och 50 år, samt barn. Det är en målgrupp som är stabil, lojal och växande. Läs mer på sidorna 10–17.

NYCKELTAL Q2	2009 2010	2008 2009
Nettoomsättning, MSEK	1 256	1 168
Rörelseresultat, MSEK	76	65
Bruttomarginal, %	57,7%	58,0%
Rörelsemarginal, %	6,1%	5,6%
Resultat efter skatt, MSEK	34	34
vilket motsvarar SEK per aktie	0,45	0,45
Kassaflöde från den löpande verksamheten, MSEK	159	133

NYCKELTAL Q3	2009 2010	2008 2009
Nettoomsättning, MSEK	1 221	1 206
Rörelseresultat, MSEK	112	109
Bruttomarginal, %	64,6%	60,4%
Rörelsemarginal, %	9,2%	9,0%
Resultat efter skatt, MSEK	65	62
vilket motsvarar SEK per aktie	0,87	0,83
Kassaflöde från den löpande verksamheten, MSEK	–7	44

NYCKELTAL Q4	2009 2010	2008 2009
Nettoomsättning, MSEK	1 290	1 226
Rörelseresultat, MSEK	156	176
Bruttomarginal, %	59,6%	61,4%
Rörelsemarginal, %	12,1%	14,4%
Resultat efter skatt, MSEK	125	106
vilket motsvarar SEK per aktie	1,67	1,41
Kassaflöde från den löpande verksamheten, MSEK	222	100

I år har KappAhl bland annat ...

... öppnat 26 butiker, netto.

... haft över 300 000 besökare per dag.

... sålt 60 miljoner plagg.

... fått utmärkelsen "Sveriges bästa arbetsplats".

Det har resulterat i ...

... en nettoomsättning på över 5 miljarder kronor för första gången.

... 28 procents ökning av vinsten efter skatt, till 402 Mkr.

... att styrelsen föreslår en utdelning på 3,25 kr per aktie. Det kan jämföras med 1,25 kr per aktie året innan.

"Ökad vinst, stärkta finanser och en ny butik varannan vecka – trots den tuffa konjunkturen."

DET VIKTIGASTE SOM HÄNT I ÅR?

Att vi tog klivet in i Tjeckien, en marknad som passar KappAhl väl. Därför öppnar vi nu fler butiker där. Totalt sett har vi öppnat 26 butiker netto i år, vilket är över målet. Det är viktigt att komma ihåg att expansionen sker med god lönsamhet.

VAD ÄR DU MEST NÖJD MED?

Att vi har haft en så pass god rörelsemarginal.

Vårt mål är att ha en rörelsemarginal på 12 procent över en konjunkturcykel och aldrig under 10 procent. Vi har lyckats med det trots den värsta lågkonjunkturen i minnet.

Det beror på två saker. För det första, att vi är duktiga på att hänga med kunderna i deras modeutveckling. För det andra att vi har förmågan att hitta förnuftiga lösningar som gör att vi kan ha bra priser och ändå visa god vinst.

HUR SER FÖRSÄLJNINGEN UT?

Försäljningen är fortsatt stabil. Under 2009/2010 ökade den med 5 procent. Det är precis under målet och resultatet bör ses mot bakgrund av lågkonjunkturen.

KappAhl är ett tryggt företag. Vi har inga dramatiska ökningarna i högkonjunkturer, inte heller några dramatiska avmattningar i tillväxten i konjunktursvackor. Det beror delvis på att vi erbjuder prisvärt mode som säljer bra i alla konjunkturlägen. En annan orsak till att vi står stabilt är att vi har få konkurrenter som

riktar sig till samma målgrupp, mogna modemedvetna människor. De flesta övriga modeföretagen vill nå de yngre kunderna.

UTDELNINGEN ÖKAR KRAFTIGT – HOTAR DET EXPANSIONEN?

Nej, vi kan göra både och, vilket vi bevisat år efter år. Samtidigt har soliditeten stärkts avsevärt. Företaget går med vinst och kassaflödet är som alltid mycket starkt. Det i kombination med att butiksexpansionen i princip inte kräver något rörelsekapital gör att vi kan minska våra lån, dela ut en betydande andel av vår vinst till ägarna – och ändå expandera kraftigt.

MENTILLVÄXTEN MÅSTE JU LEDA TILL ATT VISSA KOSTNADER ÖKAR?

Totalt sett sjunker kostnaden per såld vara när vi öppnar nya butiker, tack vare våra skal-fördelar. Detta är viktigt att komma ihåg.

Men självfallet har vi, precis som alla andra, vissa tröskelnivåer där det krävs ytterligare investeringar för att kunna ta nästa tillväxtsteg. Det kan exempelvis röra sig om

organisatoriska justeringar utifrån de nya förutsättningarna. Eller volymanpassningar i distributionssystemet. Det är dock viktigt att påpeka att vi inte ser några större investe-

ringar i distributionssystemet under över-skådlig tid. Men när vi når taket i framtiden kommer vi med största sannolikhet att köpa distributionskapacitet av externa leverantörer

i första hand. Förmodligen i Centraleuropa, där vår främsta tillväxt väntas ske. På så sätt frigör vi kapital för investeringar i butiker, som ger nya intäkter. Det ger bäst resultat.

VAD VAR DET VIKTIGASTE SOM HÄNDE I OMVÄRLDEN?

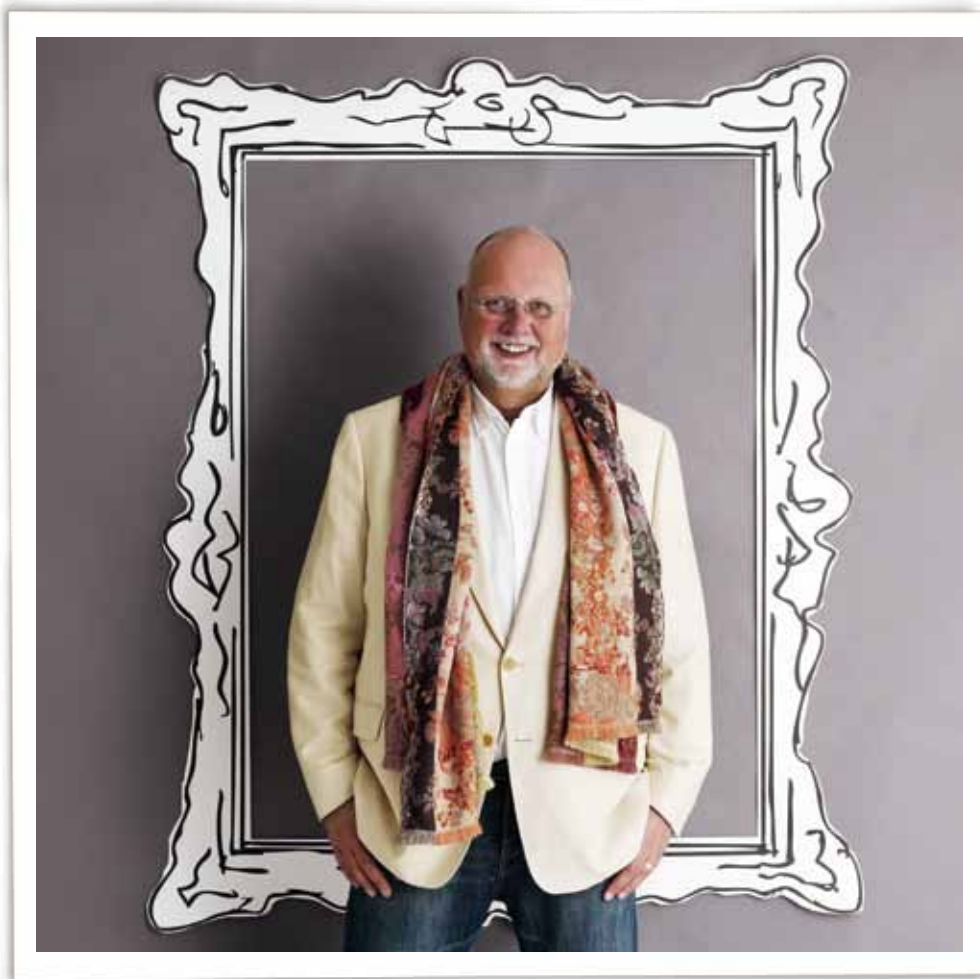
Konjunkturvändningen har påverkat oss positivt. Återhämtningen har varit påtaglig på samtliga marknader. Vi hade förutspått ett ökat konsumtionsutrymme, vilket vi fick rätt i. Men konsumenterna ökade sitt sparande istället för att konsumera. Därför hade vi relativt höga lagernivåer vid ingången till sommaren – vilket vi korrigerade genom prissänkningar. Det är oerhört viktigt att bli av med stora lager så fort som möjligt.

Vi har även sett stigande inköpskostnader. Både när det gäller råvaror och produktion. Detta slår mot samtliga våra konkurrenter likaväl som oss, och är en naturlig följd av en mångårig och kraftigt stigande tillväxt i Asien.

VAD HAR GÅTT EXTRA BRA?

Vi har lanserat ett flertal lyckade kollektioner. Inom KappAhl Dam har Vintage Stories sålt mycket bra i år igen. Även underklädeskollektionen Shape Up, liksom den nya satsningen på våra Magic-jeans, har resulterat i god försäljning. Inom KappAhl Herr, som genomgår en ompositionering, har vi arbetat hårt med lanseringen av Hampton Republic 27 – en preppyinspirerad kollektion som har tagits emot mycket väl. De allra största framgångarna hittar vi hos KappAhl Barn där samtliga kollektioner har sålt bra.

”
... passar KappAhls
koncept väl: Snyggt
mode till bra priser.”



” ... expansionen i princip inte kräver rörelsekapital gör att vi kan minska våra lån, dela ut en betydande andel av vår vinst till ägarna – och ändå expandera kraftigt.

Accessoarer är en produktkategori som utvecklats mycket bra under året. Det är ett område där vi kan växa ytterligare och som passar KappAhls koncept väl: Snyggt mode till bra priser. Det leder till fin försäljning.

VAD KUNDE GJORTS BÄTTRE?

Det hade varit klart bättre att öppna fler butiker på en gång i Tjeckien. Många kostnader som är kopplade till ett intåg på en ny marknad är de samma oavsett om man öppnar en butik eller tio. Det misstaget gör vi inte om.

En annan lärdom är att vi kunde ha varit ännu bättre på att utnyttja våra skalfördelar. Vi är oftast rätt ute när det gäller ”vad” som ska göras – vi har en lång lista med förbättringspunkter som vi arbetar utifrån. Utvecklingspotentialen finns snarare inom ”hur” vi

ska åstadkomma förbättringarna på bästa sätt. Ett område där vi hittat bra lösningar är inom distributionen, där produktiviteten ökat med närmare 80 procent de senaste tio åren. Jag är övertygad om att våra duktiga medarbetare och vår kultur, som präglas av sunt förnuft, bidrar till att vi fortsätter att hitta nya kloka lösningar som gör att vi får än större utväxling av våra skalfördelar.

HUR SER KAPPAHL UT OM FEM ÅR?

Med nuvarande tillväxttakt kommer vi att ha närmare 500 butiker, troligtvis på åtta–tio marknader. Kärnan i verksamheten kommer att vara densamma: Prisvärt mode till många.

UTMANINGAR PÅ VÄGEN DIT?

Att hitta bra butikslägen så att vi kan fortsätta vår expansion. Det är en fördel att de stora

fastighetsägarna är internationella. De vet att vi är lyckosamma i Norden och att vi är unika i vår satsning på mode till den lite mognare konsumenten. I Östeuropa är detta en fördel.

En annan utmaning är att hantera de ökade inköpskostnaderna. Det kan vi hantera genom att byta leverantörsländer och enskilda leverantörer. Men även genom mer precis planering av varuflödet. Dessutom kan vi justera priset något.

VAD SKA NI PRIORITERA 2011?

Vi fortsätter på den inslagna vägen, med kundfokus i allt vi gör. Här har vi en stor tillgång i alla duktiga medarbetare.

Butiksexpansionen löper enligt plan; den stora expansionen kommer främst att ske i Öst- och Centraleuropa framöver.

"Vi kan växa tryggt tack vare hög bruttomarginal och starka kassaflöden."

MÅL OCH MÅLUPPFYLLELSE

KappAhl's styrelse har fastställt följande operativa och finansiella mål för koncernen.

	Utfall 2009/2010	Utfall 2008/2009	Utfall 2007/2008	Utfall 2006/2007	Utfall 2005/2006
Operativa mål Antalet butiker ska öka med 20–25 per år Rörelsemarginalen ska vara 12 procent över en konjunkturcykel med ett minimum på 10 procent	27 nya butiker etablerades och 1 stängdes. 10,8%	32 nya butiker etablerades och 4 stängdes 10,8%	22 nya butiker etablerades och 3 stängdes 14,1%	17 nya butiker etablerades och 5 stängdes 13,8%	20 nya butiker etablerades och 2 stängdes 12,6%
Finansiella mål Den räntebärande nettoskulden ska inte annat än tillfälligt överstiga tre gånger EBITDA Räntetäckningsgraden ska överstiga fem gånger	Per den 31 augusti 2,4 gånger EBITDA 6,2 gånger	Per den 31 augusti 2,8 gånger EBITDA 6,3 gånger	Per den 31 augusti 2,3 gånger EBITDA 8,5 gånger	Per den 31 augusti 1,7 gånger EBITDA 6,6 gånger	Per den 31 augusti 2,3 gånger EBITDA 4,7 gånger
Utdelningspolicy Utdelningen ska uppgå till 70–100 procent av resultatet efter skatt (2005/2006 var målet 50–70 procent)	Styrelsens förslag till årsstämman innebär att 76 procent av resultatet efter betald skatt delas ut.	Utdelningen motsvarade 29,7 procent av resultatet efter betald skatt, vilket var ett tillfälligt avsteg mot policyen.	Utdelningen motsvarade 77,5 procent av resultatet efter betald skatt.	Inlösenaktie motsvarade 125,3 procent.	Utdelningen motsvarade 62,1 procent av resultatet efter betald skatt.

I samband med KappAhl's börsnotering 2005/2006 slog styrelsen fast ovanstående mål. Företaget har levt upp till dem även genom den omfattande finanskrisen. De främsta orsakerna till att målen nåtts är KappAhl's förmåga att konsekvent följa de strategiska huvudlinjer som upprättats och som du kan ta del av på höger sida.

KappAhls starka varumärke förknippas med många positiva egenskaper – mode, design, lojalitet, trovärdighet, och valuta för pengarna. Företagets strategiska marknadsposition är baserat på ett brett utbud av moderiktiga och prisvärda kläder och accessoarer för kvinnor, män och barn.

GODA MARKNADSFÖRUTSÄTTNINGAR

KappAhls huvudmålgrupp är kvinnor och män 30–50 år med barn. Åldersgruppen är stor och dessutom växer den som andel av befolkningen i alla länder där KappAhl finns. Därtill har den större köpkraft än yngre kundkategorier.

En annan fördel är att dessa kunder är mer lojala och inte lika oförutsägbara som yngre målgrupper. KappAhls målgrupp lägger kanske inte mest pengar på kläder, men köper till fler än bara sig själva genom att de ofta handlar till hela familjen. De gillar mode och litar på att KappAhl kan erbjuda det.

Många kunder kanske inte gynnas allra mest vid en högkonjunktur, men samtidigt får de heller inte det särskilt mycket sämre i en nedgång. Det gör det lättare för KappAhl i planeringen av verksamheten och dessutom blir företaget mindre känsligt för svängningar i konjunkturen än flera av konkurrenterna.

TILLVÄXT MED STARK MARGINAL

KappAhl har på senare år fokuserat på ökad lönsamhet genom att stärka bruttomarginalen. Strategin har varit lyckosam. Bruttomarginalen hör till de högsta i branschen och den stärkta lönsamheten skapar en stabil grund för fortsatt tillväxt. Andra mål har varit att



stärka lönsamheten genom att utnyttja KappAhls inköps- och logistikresurser på ett effektivare sätt. Även detta har slagit väl ut.

BRA KASSAFLÖDE – TRYGG TILLVÄXT

KappAhls verksamhet genererar ett starkt kassaflöde. Det beror bland annat på att kapitalbehovet i rörelsen är mycket lågt. En av de främsta fördelarna med det är att expansionen, via investeringar i nya butiker, kan ske utan att låsa stora mängder kapital. KappAhl kan alltså fortsätta att investera i tillväxt i önskad takt och samtidigt ge god utdelning till ägarna.

UTÖKNING AV BUTIKSNÄTET

Även under räkenskapsåret 2009/2010 har inriktningen på tillväxt varit tydlig. Tillväxtstrategin vilar på två ben: Ökad försäljning i befintliga butiker och etablering av nya.

KappAhl ska fortsätta att ta marknadsandelar. Butiksnätet ska fortsätta att växa och därmed ska företagets marknadsandelar öka. Expansionen av nya butiker ska främst ske i köpcentra och centrala affärlägen. Målet är att öka antalet butiker med 20–25 per år. Potentialen för att etablera nya butiker i Polen och Tjeckien bedöms vara god. I Sverige, Norge och Finland finns inte lika många outnyttjade lägen, eftersom KappAhl redan har bred geografisk täckning där.

INVESTERINGAR I BUTIKSNÄTET

KappAhl genomför löpande investeringar i ombyggnader och renoveringar av butiker. Renoverade och uppdaterade butiker ger i allmänhet större besöksströmmar, ökad andel betalande kunder och förbättrad försäljning per kvadratmeter. I framtidsplanerna ingår att KappAhls butiker i genomsnitt ska förnyas vart femte till vart sjunde år. I butiker med de allra bästa lägena görs uppfräschningar mer frekvent för att behålla konkurrenskraften.

STIMULERAR FÖRSÄLJNING I BUTIK

För KappAhl är det viktigt att öka försäljningen i befintliga butiker. Till de aktiviteter som bidrar till ökad försäljning hör uppdatering av butikerna, marknadsföring, förbättrad butikslayout och varuvisning samt utveckling av produktmixen. Därtill genomförs regelbundna säljtävlingar och utbildningsinsatser för medarbetarna.

UTNYTTJAR STORDRIFTSFÖRDELAR

När butiksnätet expanderar drar KappAhl nytta av stordriftsfördelar i den existerande strukturen. Företagets centrala funktioner är dimensionerade för att klara en sådan expansion. Det gör att kostnaderna för att driva butiksnätet inte ökar i samma takt som försäljningen.

"Vi har världens bästa målgrupp: Lojal, stabil och växande."

KappAhl har butiker i Sverige, Norge, Finland, Polen och Tjeckien. Sverige är KappAhls enskilt största marknad. Det totala värdet på företagets marknader uppgick vid ingången av 2010 till 196 miljarder kronor.

Lågkonjunkturen har ersatts av en begynnande konjunkturuppgång. I Polen och Sverige är den prognosticerade tillväxten för kalenderåret 2010 exempelvis runt 3 procent. Statsfinanserna i de länder KappAhl verkar i är överlag starka. Men de kan möjligen påverkas av besparingar i andra länder. Eventuella räntehöjningar är en annan faktor som skulle kunna bromsa den positiva utvecklingen.

Sammantaget är KappAhl dock försiktigt optimistiskt inställt till marknadsutvecklingen.

LOJAL OCH VÄXANDE KUNDBAS

Det finns, generellt sett, ett tydligt samband mellan BNP-utvecklingen och tillväxten i modehandeln. Likaså har den privata konsumtionen, som i ökande utsträckning läggs på kläder, bidragit till att KappAhls marknader vuxit.

Även förändringar i befolkningsutvecklingen påverkar sakt men säkert konsumtionsmönster och beteenden. I de flesta västeuropeiska länder ökar den andel av befolkningen som är över 30 år. Detta gynnar KappAhl som riktar sig särskilt till kvinnor och män mellan 30 och 50 år med barn.

En annan fördel är att målgruppen är mer förutsägbar, det vill säga är mer trygg med sin modemässiga stil, än till exempel yngre konsumenter. Det ger KappAhl en förhållandevis stabil och trogen kundbas som gör relativt många återköp.

PRISVÄRT MODE SÄLJER I ALLA LÄGEN

Normalt sett har utvecklingen på de finansiella marknaderna relativt låg effekt på de flesta av KappAhls kunder eftersom de har en förhållandevis låg andel lån och begränsade placeringar i aktier. Kraftigt ökande energi- och matpriser kan dock ha betydelse.

Generellt sett är det främst dyrare konsumtionsvaror och märkeskläder som man drar in på när BNP-tillväxten mattas av och konsumtionsutrymmet minskar. Prisvärt mode är däremot något kunderna unnar sig i alla konjunkturlägen, och därför påverkas försäljningen inte lika mycket.

SÄLJER MEST HÖST OCH VINTER

Inom modebranschen finns det ett tydligt säsongsmönster. Sett till omsättning är höst och vinter de största säsongerna. Orsaken är att kunderna då köper en större andel dyrare plagg. Om hösten är varm kan därför efterfrågan på dessa plagg skjutas något framåt i tiden. Sett över en längre tidsperiod påverkar vädret dock inte försäljningen i någon större utsträckning.

STORLEKEN GER SKALFÖRDELAR

Dagens modevärld är allt mer global och modet mer likartat på ett övergripande plan. Den här utvecklingen har gynnat stora modekedjor som tar marknadsandelar, främst på bekostnad av lokala butiker. På världsmarknaden handlar det om kedjor som H&M, Inditex, Bestseller och Gap. På nordisk nivå är KappAhl, Lindex och Dressmann etablerade aktörer.

Många av företagen är så kallade helintegrerade kedjor med kontroll över hela affärsprocessen från idé och design till butik. Det

gör kedjorna snabbare och mer flexibla när det gäller att möta nya trender, köpbeteenden och skiftande kundkrav. En annan utveckling är att köpcentra, som ofta ligger utanför stadskärnorna, står för en allt större del av modehandeln i Norden.

TYDLIGA KONCEPT EN STYRKA

Tydliga koncept skapar stadga i en trendkänslig modevärld. Oavsett geografisk marknad är det viktigt med tydliga koncept och en väl definierad marknadsposition. Trenderna är fler än tidigare och skiftena sker snabbare. Konsumenter blandar allt oftare kläder av olika stil, modegrad, kvalitet och pris.

KappAhls målgrupp är väl definierad och budskapet tydligt: Prisvärt mode för många människor.

STÄRKT POSITIONEN

Konkurrensen är påtaglig inom dagens modehandel. När det gäller konsumenternas köputrymme konkurrerar kläder dessutom med andra produkter som skapar välmående som smink, skor eller kanske en timme hos massören.

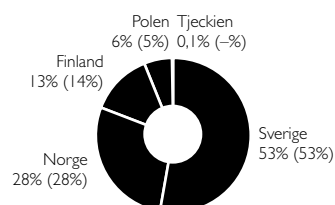
Inom handeln konkurrerar KappAhl med andra internationella kedjor, lokala kedjor, fristående butiker, varuhusens klädavdelningar samt med stormarknader och sporthandeln. Några av konkurrenterna är svenska H&M, Lindex och MQ, norska Cubus och Dressmann samt finska Seppälä. I Polen och Tjeckien konkurrerar KappAhl även med Reserved.

Trots den tuffare konkurrensbilden har KappAhl fortsatt att stärka sin position, med en omsättningsökning på 5,0 procent för verksamhetsåret 2009/2010.



KAPPAHLS NETTOOMSÄTTNING

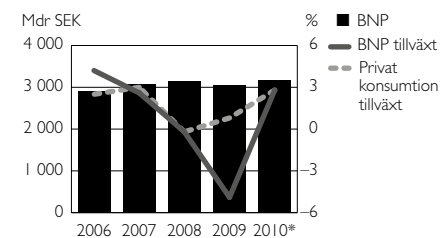
Fördelat på marknader



SVERIGE

Antal invånare: 9,4 miljoner

Klädkonsumtion/capita inkl moms: SEK 5 662 per år:

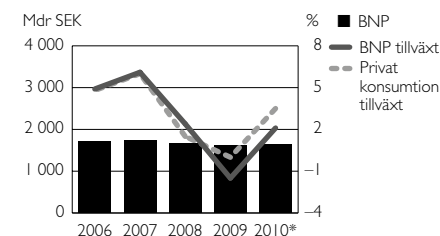


* Uppskattning för helåret 2010

NORGE

Antal invånare: 4,9 miljoner

Klädkonsumtion/capita inkl moms: SEK 8 662 per år:

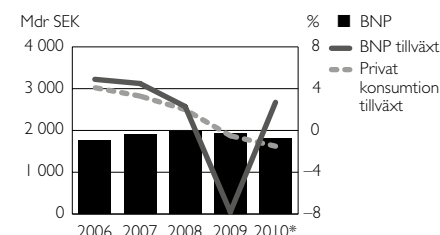


* Uppskattning för helåret 2010

FINLAND

Antal invånare: 5,3 miljoner

Klädkonsumtion/capita inkl moms: SEK 6 157 per år:

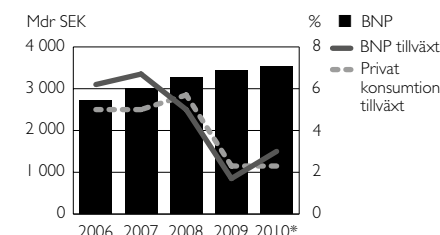


* Uppskattning för helåret 2010

POLEN

Antal invånare: 38 miljoner

Klädkonsumtion/capita inkl moms: SEK 1 368 per år:

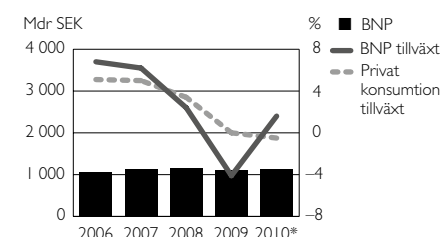


* Uppskattning för helåret 2010

TJECKIEN

Antal invånare: 10 miljoner

Klädkonsumtion/capita inkl moms: SEK 1 500 per år:



* Uppskattning för helåret 2010

”Resan som tar oss från idé till försäljningssuccé i butik.”

På KappAhl arbetar närmare 4 800 medarbetare på 360 arbetsplatser med design, inköp, produktion och försäljning av 60 miljoner plagg i våra 345 butiker varje år. Här får du en bild av hur resan ser ut från idé till butik.

NORGE är KappAhls näst äldsta marknad med 95 butiker per den 31/8 2010. Den första öppnades 1988.

FINLAND fick sin första KappAhlbutik 1990. Den 31/8 2010 var antalet uppe i 56.

SVERIGE är KappAhls största marknad med 153 butiker per 31/8 2010. Den första öppnades 1953.

POLEN hade 40 KappAhl-butiker den 31/8 2010. Den första öppnades 1999.

TJECKEN fick sin första KappAhl-butik 2009. Hösten 2010 öppnas ytterligare två butiker.

FRAMTIDA EXPANSION Det senaste verksamhetsåret öppnade KappAhl 26 butiker netto och den 31/8 hade företaget kontrakt på ytterligare 55 butikslokaler. Den framtida expansionen kommer till största delen att ske i Centraleuropa. Bara i Polen och Tjeckien, där KappAhl tog klivet in 2009, finns det drygt 48 miljoner invånare.



IDÉ OCH INKÖP: På KappAhls huvudkontor i Mölndal, strax utanför Göteborg i Sverige, designas alla plagg som säljs i KappAhls butiker. Det är över 10 000 artiklar varje år. Inköparna analyserar, planerar, lägger order och följer upp. Läs mer om företagets arbete inom design och inköp på sidorna 19–20.

BUTIKSNÄTET: KappAhl hade 345 butiker i fem länder den 31/8 2010. Målet är att öppna 20–25 nya butiker varje år. Läs mer om KappAhls butiksförsäljning på sidorna 22–24.

DISTRIBUTION TILL BUTIK: På distributionscentralen i Mölndal, som är en av norra Europas modernaste, slussas 60 miljoner plagg ut till alla butiker; varje år. Läs mer om KappAhls distribution på sidan 21.

HÅLLBARHETSARBETET: KappAhl bedriver ett aktivt hållbarhetsarbete som bygger på företagets uppförandekod och miljöpolicy. Företaget klimatkompenserar bland annat för resor, vilket har inneburit investeringar i ett FN-certifierat vindkraftprojekt för textilindustrin i Indien. Läs mer om företagets hållbarhetsarbete på sidorna 25–27.

DE INTERNATIONELLA

PRODUKTIONSKONTOREN: KappAhl har åtta egna produktionskontor i Bangladesh, Indien, Kina, Turkiet och Litauen. Här arbetar totalt cirka 150 medarbetare med övervakning av produktion och hållbarhetsfrågor kopplade till leverantörerna.



PRODUKTIONEN: Produktionen sker hos knappt 250 leverantörer. Majoriteten av produktionen sker i Asien. Närmare 70 procent av plaggen kommer därifrån. Läs mer om KappAhls produktion på sidan 21.



TRANSPORTERNA: Närmare 75 procent av frakterna från tillverkningslandet sker med båt, av kostnads- och miljöskäl. Läs mer om KappAhls distribution på sidan 21.

Vi älskar våra kunder. Inte bara för att de kommer till våra butiker och köper vårt mode. Utan även för att det är kittlande att göra dem nöjda med hur de ser ut.

Var och en av våra målgrupper har sina unika beteenden, behov och önskemål. Det som får oss att gå igång är utmaningen att hamna mitt i prick hos alla tre. Det har vi lyckats med i flera årtionden.

Tanken är att vi ska fortsätta med det.

På de följande sidorna kan du läsa mer om varje kundgrupp och hur vi arbetar för att skapa rätt mode åt dem.



dam

KappAhl Dam erbjuder ett brett och varierat sortiment för alla tillfällen – fest, välklädd vardag och ledig fritid. Kollektionerna innehåller kompletta garderober från underkläder till ytterplagg och accessoarer.

ANDEL AV KAPPAHLS
NETTOOMSÄTTNING



DAM 58%



viktiga händelser under året

- Lansering av flera framgångsrika kollektioner. Däribland A Folklore Tale och en ny tappning av Vintage Stories. Båda sålde slut snabbt och fick stort genomslag i media.
- Tilldelades Modediamanten för XLNT. Det är andra året i rad som vi får priset, som delas ut av modeblogg-portalen Modette.se, men där det är läsarna som fäller avgörandet.
- Inom det växande området accessoarer gjorde vi en komplett genomlysning. Vi har även satsat stort på kvalitet och passform under året.



herr

KappAhl Herr erbjuder ett varierat sortiment för såväl fest som välklädd vardag och ledig fritid. Kollektionerna innehåller koordinerade sortiment, med allt från underkläder till ytterplagg och accessoarer.

ANDEL AV KAPPAHLS
NETTOOMSÄTTNING



HERR 12%

viktiga händelser under året

- Arbetat vidare med satsningen för att flytta fram positionerna för hela KappAhl Herr: Arbetet omfattar allt från design och inköp till marknadsföring och butiksexponering.
- Minskat antalet artiklar för att öka tydligheten i hela sortimentet, så att det ska bli ännu enklare för våra kunder att snabbt hitta rätt kombination.
- Stor satsning på basmodet, exempelvis i form av t-shirts.



barn

KappAhl Barn har en bred målgrupp. Den sträcker sig från baby upp till "tweens" – en grupp unga som befinner sig mitt emellan barn och tonåring.

ANDEL AV KAPPAHLS
NETTOOMSÄTTNING



BARN 30%



viktiga händelser under året

- Lansering av Kaxs Proxtec, en kollektion för de mindre barnen, med funktionskläder som bland annat står emot regn och lera, snö och blåst och som syns bra i mörker. Det togs emot med öppna famnen från kunderna.
- Storsatsning på accessoarer inleddes under våren 2010. Det bidrog till rekordförsäljning. Satsningen fortsätter under hösten.
- Vintage Stories-kollektionerna hösten 2009 och våren 2010 blev rena rama säljsuccéerna, precis som för KappAhl Dam. En ny Vintage Stories-kollektion landar i butikerna till hösten.



"Vår syn på design:
Så snyggt att du får beröm.
Och så skönt att du
aldrig vill ta av dig det."

VÅRA KUNDER

Vi riktar oss till kvinnor mellan 30 och 50 år. De skiljer sig åt på många sätt. Vissa är sambos, andra är singlar. Några har barn, men många har inte det. Vissa bor i storstan, andra i mindre samhällen. Men det finns en gemensam nämnare. Våra kvinnor är intresserade av mode och vill vara snygga.

Samtidigt lever de ofta i en stressig miljö. Det är svårt att ha koll på alla nya modetrender och samtidigt hinna hämta barnen på dagis, köpa samtliga varor på matlistan och göra den sista finslipningen inför presentationen på jobbet. Vår viktigaste uppgift är därför

KappAhl

Den övervägande delen av damkläderna säljs under varumärket KappAhl. Sortimentet är indelat i en välkädd och en fritidsbetonad del.



number One

Number One är en kollektion i klassiskt modern stil med preppy-känsla.

SHAPE UP

En kollektion välsittande underkläder av hög kvalitet, som formar kroppen genom att hålla in och lyfta upp.

bodyzone®

Design by KappAhl

Underkläder, nattplagg, sockor, strumpbyxor och badkläder.

creem®
CLOSE TO YOU

Underklädeskollektionen Creem består av modeller som passar många kvinnliga former och behov. Här ges extra stor omsorg på allt från material till modeller.

XLNT

XLNT är snyggt skurna och designade plagg för den kurviga kvinnan. Kollektionen finns i storlek 44-56.

vårt erbjudande

att hjälpa våra kunder att snabbt och enkelt hitta rätt mode. Och det till ett bra pris. På så sätt hjälper vi henne att känna sig attraktiv.

DÄRFÖR VÄLJER KUNDERNA OSS

Vi har haft stora försäljningsframgångar de senaste åren. En av orsakerna är att vi är bra på att inspirera våra kunder. Redan när vi börjar designa kläderna går vi igenom hur de ska hängas och matchas i butikerna, så att kunderna snabbt ser vilka kombinationer som är läckrast. För att göra det enklare för kunderna att hitta rätt plagg och kombinationer har vi delat in KappAhl Dam i fyra olika stilar: Klassisk, Romantisk, Sportig och Contemporary, som riktar sig till den utpräglade modetjejen.

DET HÄR ÄR VI EXTRA BRA PÅ

Vi är bra på att skapa lust och att få kvinnor att känna sig snygga, med plagg som är enkla att ta till sig, som sitter snyggt och skönt och som är enkla att matcha. Vi kallar det för att vara mitt i modet. Dit tar vi oss genom hårt arbete inom design och mönsterkonstruktion. Den dolda designen, som gör jeansen så sköna att man inte vill ta dem av sig, jobbar vi stenhårt med.

Hos oss hittar kvinnor allt från minsta lilla accessoar och strumpa till ytterplagg. Och det ska kunna bäras som en helhet, där vi gärna hjälper till med inspiration i matchningen via vår skyltning.

Tittar man enskilt på de olika produktkategorierna är vi mycket starka inom trikåtoppar. Här lanseras nyheter nästan varje dag. Det har gjort oss störst inom toppar i Sverige. Det är vi även inom vårt näst största område, byxor. För fem år sedan bestämde vi oss för att bli bra på jeans och byxor, med stor bredd i sortiment och passform. Det har vi lyckats med. Vi är även mycket duktiga på blusar, som är vår tredje största produktkategori.



"Vi släppte även en ny kollektion, med ett helt eget formspråk: A Folklore Tale. Vi har aldrig varit med om att en kollektion sålt slut så snabbt."

Carina Ladow, design- och inköpschef KappAhl Dam

Ett område som kommer starkt är accessoarer. Var tredje vara som säljs inom KappAhl är en accessoar, i form av skor, en ring på fingret, en väska eller kanske ett par läckra solglasögon att ha längst fram på nästippen när solen letar sig fram till uteserveringen.

Vi är även kända för att vara megabra på festkläder som får en att se ut som en "million dollar baby" till en överraskande liten peng. Likaså är vi starka inom mjuka paket med underkläder, natt- och mysplagg, att lägga under grannen. Faktum är att vi är ledande i Sverige när det kommer till julhandeln. Inom underkläder bör vi också nämna omtaget vi gjorde inom strumpbyxor i början av 2010. Det ledde till rekordförsäljning. Även satsningen på morgonrockar inför julhandeln blev en dunderstor framgång. Faktum är att KappAhl är starkt inom underkläder. Det visar inte minst framgången med höstens "Shape Up"-kampanj.

Vi älskar kvinnor med kurvor och stora storlekar. Där har vi märket XLNT, som har fått priset Modediamanten från modebloggen Modette.se två år i rad. Det gör oss extra glada att det är läsarna som faller avgrändet i denna tävling. Bättre betyg kan vi inte få.

DET HÄR VAR NYTT UNDER 2009/2010

I år har vi jobbat stenhårt med kvalitet och passform utifrån mottot "your shape, our mission". Därför lägger vi mycket tid på den dolda designen, så att jeansen sitter perfekt och känns sköna. Det kan röra sig om hundratals timmar för att få till exakt rätt look och form, som i fallet med jeanssuccén Magic. Arbetet har lönat sig. Vi har stärkt vår ledande position inom byxor och jeans i Sverige och försäljningen ökar i övriga länder.

I början av augusti sjösattes ett nytt accessoarprojekt där vi gått igenom hela sortimentet. Accessorier gör att våra kvinnor kan förnya sig för en billig peng. Alla våra 345 butiker har fått ny inredning, där accessoarerna lyfts fram tydligare, vilket gör det ännu enklare för kunderna att matcha sig fram till rätt look.

Vi har lanserat många kollektioner i år. Bland annat följde vi upp fjolårssuccén med Vintage Stories, under våren. Denna gång med 50-talskänsla. Det blev en stor hit. Modepressen älskade plaggen och på nätet skrevs det minst en spaltkilometer. Söker man på "KappAhl" och "Vintage Stories" på Google kan man bläddra sig fram på över 34 000 nätsidor, på flera olika språk.

Vi släppte även en ny kollektion, med ett helt eget formspråk: A Folklore Tale. Vi har aldrig varit med om att en kollektion sålt slut så snabbt. Det tog bara några dagar. Folklore Tale kommer att leva vidare i fler kollektioner.

FÖRSÄLJNINGSGRÄNSUTVECKLINGEN

KappAhl Dam omsatte 2,9 (2,8) Mdr SEK under 2009/2010, vilket gör oss störst i Sverige i målgruppen, med en marknadsandel på 7,7 (7,9) procent (marknadsundersökningsföretaget GfK augusti 2010). Vi är starka på de andra marknaderna också. KappAhl Dam är det största verksamhetsområdet inom företaget. 2009/2010 stod det för cirka 58 (58) procent av koncernens omsättning.

NÅGRA SAKER SOM SKER NÄSTA ÅR

Vi kommer bland annat att lansera en ny Vintage Stories-kollektion under hösten. Ungefär samtidigt kommer Sentimental Journey att landa i butikerna. Det är en kappkollektion som hämtat inspiration i vårt ursprung. Under hösten 2010 kommer vi även att spinna vidare på succén med Magic-byxan. Då lanserar vi ytterligare en modell, Magic Gold, som är ett tekniskt underverk sett till kvalitet och passform.



"Det finns en stor efterfrågan på snygga och funktionella underkläder. Det visar inte minst framgången med 'Shape up'-kampanjen."

Carina Johansson, design- och inköpschef för underkläder på KappAhl

"Varje dag hos oss är en kärleksförklaring till klassiskt manligt mode."

VÅRA KUNDER

KappAhl Herr riktar sig till män mellan 30 och 50 år. Vårt mål är att vi ska hjälpa dem att klä sig snyggt, oavsett om det är till vardag eller fest.

Undersökningar visar att många män säger att de inte kommer ihåg var de köpte kläder senast. Det är kanske sådant som får många att tro att män inte är särskilt intresserade av att klä sig snyggt. Faktum är att män är lika måna om sin klädstil som kvinnor är. Skillnaden är snarare att majoriteten inte verkar tycka att shopping är lika kul, vilket gör att de handlar mer sällan, kanske bara två-tre gånger per säsong.

Men beteendet börjar förändras. Vi ser en ökande andel män som har ett stort intresse för mode, och som gärna vill förnya sig oftare. Oavsett vilken typ av man som kommer in till oss har vi gjort det till vår uppgift att de ska hitta vad de söker.

Dessutom ska det vara kul att handla hos oss. Statistik visar att män i snitt väljer mellan 2,8 butiker när de ska handla kläder. För att hamna på den listan måste vi bjuda på något extra.

DÄRFÖR VÄLJER KUNDERNA OSS

KappAhl Herr är näst störst i sin målgrupp i Sverige. Hos oss hittar kunderna ett stort urval av kläder till bra kvalitet och pris. Här är det även enkelt att hitta bra kombinationer. Det skapar trygghet för dem som kommer hit.

Eftersom män generellt sett vill lägga mindre tid i butikerna gör vi det enkelt för dem, bland annat genom skyltningen och att dela in kläderna i tydliga stilar: "Jeans/casual" som har en avslappnad fritidskänsla

och "dressat" där man hittar stickade överdelar, kavajer, skjortor och kostymer som är rätt på festen eller arbetsmötet.

DET HÄR ÄR VI EXTRA BRA PÅ

Vår främsta styrka är att vi har ett brett urval med plagg som är enkla att matcha. Det gör att våra kunder kan handla en hel outfit hos oss och känna sig trygga med den, och ändå ha pengar över till annat.

Precis som inom våra andra målgrupper är vi starka på byxor och jeans och det som generellt betecknas som basmode.

Dessutom är vi duktiga på trikå, skjortor, ytterkläder och underkläder, som är en viktig produktgrupp. Våra kunder vill ha designade underkläder, gärna med mycket färg och mönster.

DET HÄR VAR NYTT UNDER 2009/2010

Vi har jobbat hårt med att vässa våra baserbjudanden inom främst jeans, skjortor och trikåöverdelar. Hit hör exempelvis t-shirts. Dessutom har vi genomgående minskat antalet artiklar, för att öka tydligheten i vårt mode.

Vi har även fortsatt arbetet med att flytta fram positionerna ytterligare för hela KappAhl Herr, en satsning som inleddes 2009/2010. Målet är att göra erbjudandet lite mer maskulint. Det påverkar vårt arbete

hela vägen, från idé och design till marknadsföring och butiksexponering.

Syftet är att få männen att känna sig mer hemma och trygga hos oss. Vi tror dessutom att även de kvinnor som köper kläder till sina män trivs med en mer maskulin framtoning.

FÖRSÄLJNINGSGRUPPEN

KappAhl Herr omsatte 0,6 (0,7) Mdr SEK under 2009/2010.

Vi är näst störst på den svenska marknaden med en andel på 3,5 (5,6) procent (marknadsundersökningsföretaget GfK augusti 2010) och på de övriga geografiska marknaderna har området vuxit.

KappAhl Herrs andel av koncernens totala omsättning uppgår till 12 (14) procent.

NÅGRA SAKER SOM SKER NÄSTA ÅR

Vi kommer att fortsätta arbetet med att flytta fram positionerna för KappAhl Herr, på bred front.

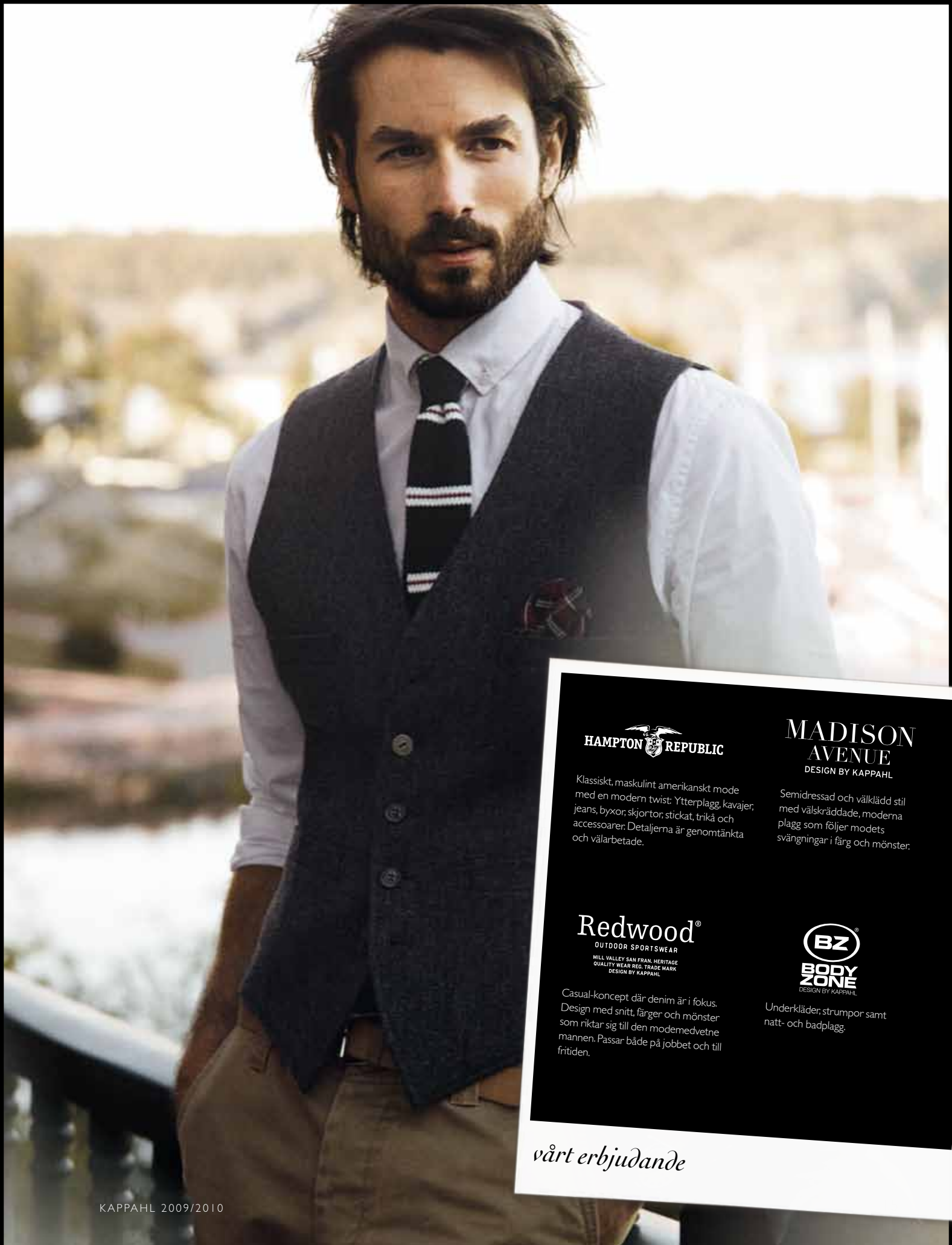
Under inledningen av hösten lanserades Hampton Republic 27. Det är en kollektion med tidlöst amerikansk, preppy-inspirerat mode med spännande matchningar som riktar sig till den modemedvetne mannen. Mottagandet har varit mycket positivt.

Hampton Republic 27 ersätter U.S. Polo Association (USPA), som utgår ur KappAhls sortiment.



"Hos oss ska männen hitta mode som får dem att känna sig hemma. Det nya varumärket Hampton Republic 27 är ett exempel på det."

Niclas Andersson, design- och inköpschef KappAhl Herr



HAMPTON REPUBLIC

Klassiskt, maskulint amerikanskt mode med en modern twist. Ytterplagg, kavajer, jeans, byxor, skjortor, stickat, trikå och accessoarer. Detaljerna är genomtänkta och välarbetade.

MADISON AVENUE

DESIGN BY KAPPAHL

Semidressad och välklädd stil med välskräddade, moderna plagg som följer modets svängningar i färg och mönster.

Redwood®

OUTDOOR SPORTSWEAR
MILL VALLEY SAN FRAN. HERITAGE
QUALITY WEAR REG. TRADE MARK
DESIGN BY KAPPAHL

Casual-koncept där denim är i fokus. Design med snitt, färger och mönster som riktar sig till den modemedvetne mannen. Passar både på jobbet och till fritiden.



DESIGN BY KAPPAHL

Underkläder, strumpor samt natt- och badplagg.

vårt erbjudande

"Det har varit ett fantastiskt år.
Alla kollektioner har tagits emot
med öppna famnen."



KappAhl®

Baby stl 50–86 cl
Mjukt och skönt mode för de yngsta.
KappAhl stl 86–128
Busigt och tåligt mode för flickor och pojkar.
KappAhl stl 122–170
Stilsäkert och bekvämt mode för tjejer och killar.

BODYZONE®

Allt från underkläder och sockor till
nattplagg, morgonrockar och badkläder.

Lab INDUSTRIES®

Lab Industries är en trendig
jeanskollektion för killar och
tjejer mellan 7 och 14 år.

kaxs®

KAXS 50–128 cl.
Lekfulla och färgglada vardags-
kläder av hög kvalitet för både
flickor och pojkar.

WOXO 720®

Ytterplagg av high tech-kvalitet som
passar lika bra i skidbacken som
i skolan. Kollektionen riktar sig till
killar och tjejer mellan 7 och 14 år.

kaxs PROXTEC

Bekväma funktionsplagg som håller
de yngre barnen torra och trygga
i både regn och snö.

VÅRA KUNDER

KappAhl Barn erbjuder ett brett sortiment för de nyfödda upp till våra älskade "tweens", som befinner sig mellan barn och tonåring. Alla vet att barn utvecklas supersnabbt. Behoven av kläder utvecklas i princip i samma takt.

De flesta köpen till de mindre barnen uppstår oftast efter ett tydligt behov av en viss typ av plagg. Det kan röra sig om en festklänning till sjuåringens födelsedagskalas eller lekkläder till den vattenpölsälskande tvååringen. Här är det extra viktigt med funktionella kläder av hög kvalitet i säsongens rätta färger och modeller.

De lite äldre killarna och tjejerna är mer modemedvetna och bestämmer ofta själva över vilka plagg som hamnar i KappAhl-påsen. Här är rätt design och bekvämlighet lika viktigt som funktion.

DÄRFÖR VÄLJER KUNDERNA OSS

Våra designers lägger varje år ned tusentals timmar på att hämta inspiration från världens alla modehörn och att skapa kollektioner som träffar mitt i prick. Samtidigt ser vi till så att plaggen fungerar perfekt för det som de ska användas till – oavsett om det står skola, skidåkning eller party i kalendern. Under sökningar visar att en solklar majoritet av våra kunder rekommenderar sina vänner att komma till våra butiker – vilket är ett bevis för att vi lyckas väl i vårt arbete.

Vi designar nya plagg varje dag. Samtidigt är vi noga med detaljerna. Varje liten söm, knapp och färgnyans har förtjänat sin plats efter noggrann genomgång av våra designers, inköpare och produktionstekniker. Varje vecka kommer det hit barn i olika åldrar, storlekar och former för att testa kläderna, så att vi är säkra på att de sitter snyggt och skönt på.

Dessutom gör vi supertuffa tester av kvaliteten och funktionaliteten. Det är extra kul att detta uppmärksammas av både kunder och media. Våra kläder har fått höga betyg i flera tester.

Under de senaste åren har vi sett en ökad efterfrågan på miljömärkta produkter. Därför är alla basplagg i babysortimentet miljömärkta – likaså majoriteten av basplaggen till de större barnen.

DET HÄR ÄR VI EXTRA DUKTIGA PÅ

Faktum är att alla våra kollektioner har rullat på som tåget under året, både till de mindre barnen och till tweenisarna. Även inom accessoarer har vi sett rekordförsäljning. Här är kanske vår främsta styrka, att vi har en bredd som gör att man kan kombinera ihop kompletta, funktionella och snygga outfits hos oss, på ett enkelt sätt och till ett bra pris.

Men om vi ska lyfta fram några särskilda områden så börjar vi med byxor och jeans, som fungerar som en "dragare" in i butiken. Här har vi en mycket stark position. Jeansvarumärket Lab Industries är en kanonsuccé. I samband med skolstarten kan vi sälja hundratals byxor och jeans på bara några veckor. Accessorier är ett annat område där vi är urstarka.

DET HÄR VAR NYTT 2009/2010

Lanseringen av ytterplaggskollektionen Kaxs Proxtec, för de lite yngre barnen, togs förra hösten emot med öppna famnen av våra

Inom underkläder har vi gjort sortimentsanpassningar som tillsammans med fjolårets stora omtag bidragit till en mycket stark försäljningsutveckling. Vi hade, liksom KappAhl Dam, succéförsäljning med kollektionen Vintage Stories hösten 2009 och våren 2010.

Generellt sett kan vi konstatera att vårt beslut att koncentrera våra satsningar på enskilda storsäljare i varje kollektion, istället för att ha lite av mycket, har visat sig vara klok. Det har i hög grad bidragit till den goda utvecklingen.

FÖRSÄLJNINGsutvecklingen

KappAhl Barn nådde en omsättning på 1,6 (1,4) Mdr SEK under 2009/2010. KappAhl Barns marknadsandel uppgick till 13,0 (12,5) procent på den största marknaden, Sverige (marknadsundersökningsföretaget GfK augusti 2009). Även på de övriga marknaderna är utvecklingen stark. Idag står KappAhl Barn för 30 (28) procent av KappAhl's totala omsättning.

NÅGRA SAKER SOM SKER NÄSTA ÅR

I början av hösten lanserades KappAhl's Newbie-kollektion, som riktar sig till den yngste familjemedlemmen. Kollektionen



"Vi designar nya plagg varje dag. Samtidigt är vi noga med detaljerna. Varje liten söm, knapp och färgnyans har förtjänat sin plats."

Anna Bredberg, design- och inköpschef KappAhl Barn

kunder. Det är en kollektion med snyggt designade funktionskläder av mycket hög kvalitet, vilket bland annat framgår i oberoende tester. I februari lanserades en vårkollektion som blev lika uppskattad. Hösten 2010 utökas kollektionen ytterligare.

Under våren gjordes en stor satsning på accessoarer. Resultatet stavs försäljningssuccé. På vår avdelning för accessoarer kan kunderna numera hitta allt från läckra hårband, lipsmackers och smycken till scarves, skor och snygga skolväskor. Satsningen kommer att fortsätta under hösten 2010.

består bland annat av bodies av ekologisk bomull som är mjuk och skön mot kroppen. För de stora tjejerna lanseras HighFashion – "Here today, gone tomorrow", ett trendigt sortiment där vi med jämna nedslag under hösten visar det allra senaste på modehimlen.

I mitten av september når de första plaggen ur den nya kollektionen WOXO 720° butikerna. Den riktar sig till våra tweenisar och består av ursnygga high tech-plagg.

Under hösten 2010 lanseras dessutom en ny Vintage Stories-kollektion tillsammans med KappAhl Dam.

”Steg för steg, från första idé till köpglädje i 345 butiker.”

Snyggt mode till ett bra pris. Det är vad vi vill att våra kunder ska tänka på när de ser vår logotype. För att nå dit krävs det både lust och energi, men även mycket kunskap och ett systematiskt arbetssätt. Hela vägen från idé och design till försäljning i butik. På de följande sidorna kan du läsa om hur vi går tillväga i varje steg längs denna värdekedja.



IDÉ OCH DESIGN

"10 000 x Design by KappAhl."

Över 10 000 olika artiklar tas fram varje år på KappAhl. Här spelar designen en central roll – både när det gäller utseende, passform och kvalitet.

"För oss handlar design om att skapa mode som kunden känner sig attraktiv i. Vi kallar det för Design by KappAhl", säger Mari Svensson, inköpsdirektör på KappAhl.

Det stora designkunnandet är en av de viktigaste orsakerna till KappAhls framgångar, med närmare 60 miljoner sålda plagg och cirka 110 miljoner besökare i butikerna varje år.

DESIGN FORMAD EFTER KUNDEN

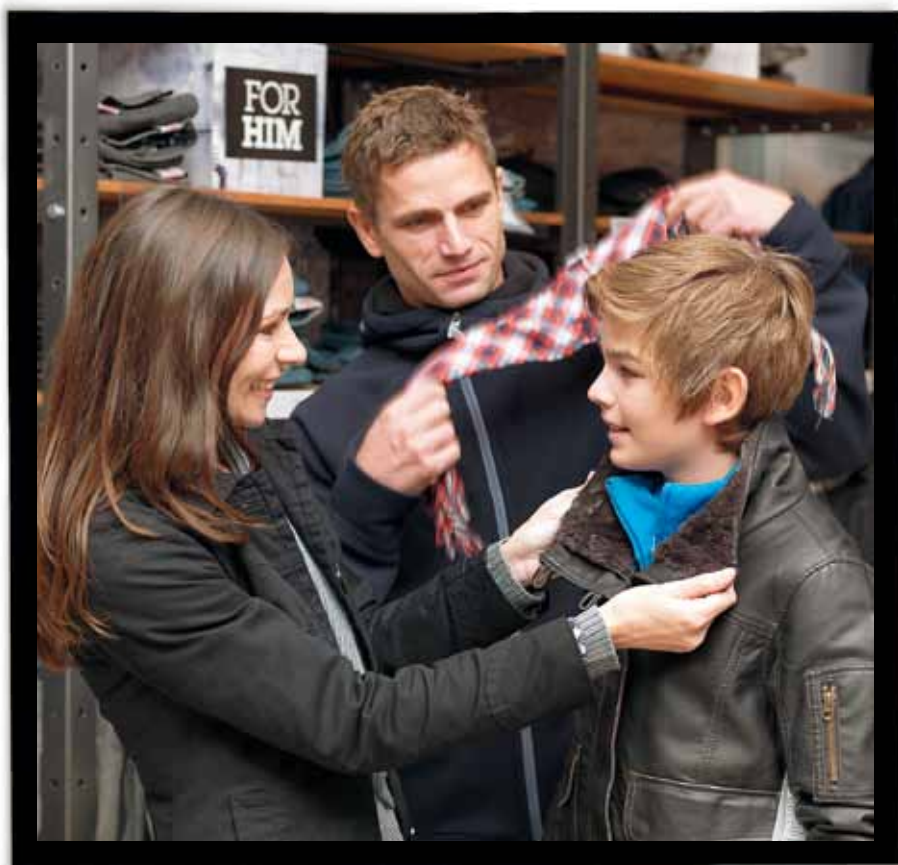
"Den kanske viktigaste orsaken till att vi hittar till 'mitt i modet' är att vi är bra på att koppla trenderna till det som våra kunder vill ha. Vi har stort fokus på kunden i hela designprocessen. En annan viktig framgångsfaktor är att vi är kreativa med god planering i boten", säger Mari Svensson.

Designarbetet sker i det man skulle kunna kalla för KappAhls egna modelabb. Företaget har 35 designers och ett stort antal mönsterkonstruktörer som utvecklar nya modeller varje dag. Sammanlagt läggs tiotusentals timmar per år ned på att designa plagg som kunderna älskar.

"Vi har kunderna framför oss hela vägen från första idé till färdiga plagg och kollektioner. Vi måste ha klart för oss hur hon vill klä sig, hur hon vill matcha plaggen och vilka tillbehör hon vill ha", säger Mari Svensson.

Det ställer höga krav på förmågan att se bortom produkten och in i det som bra design verkligen är: Snyggt på kunden.

"Vårt jobb är att förvandla trender till varor som passar just vår kund, både vad gäller design och passform. Den bästa marknadsföringen vi kan få är när våra



kunder får höra 'Vad snygg du är, var har du köpt den?'", konstaterar Mari Svensson.

"HAMNAR RÄTT MED VÅR MODELL"

KappAhls arbetsmodell handlar i hög utsträckning om att sporra varandra. Det rör sig om ett teamwork mellan flera roller där alla är viktiga. Kollektionsteamet ansvarar för att visa kommande trender och diskuterar modeteman som väntas komma med full kraft om åtta till tio månader.

"Våra designers hämtar inspiration i gatumodet i världens modemetropoler, musikvideos, tidningar och litteratur. Men även från internationella textilmässor och modevisningar", säger Mari Svensson.

De letar också i professionella mode-databaser och hos branschorganisationer. Utifrån inspirationen skapas ett antal "modemässiga ledmotiv", som i sin tur utgör grunden för kollektionerna.

"Plaggen stäms av mot varandra så att vi är säkra på att de matchar vår övergripande syn på det rådande modet", säger Mari Svensson.

METODEN LÖNAR SIG

Det strukturerade arbetssättet, som gör att KappAhl träffar mitt i prick när det gäller mode, storlekar, kvaliteter och pris, leder till ökad försäljning till fullt pris – något som ytterst skapar högre lönsamhet.

"Den kanske viktigaste orsaken till att vi hittar till 'mitt i modet' är att vi är bra på att koppla trenderna till det som våra kunder vill ha."

STEG 2: INKÖP

”Inköpare med säljexpertis.”

Tillsammans med KappAhls designers vilar ett stort ansvar på inköparna för att se till att det som landar på butikernas dockor, galgar och hyllor har ”rätt sälj i sig”.

”Det är inköparna som ytterst avgör vilka plagg som ska tillverkas och hur stora volymer som ska tas fram och när. Inköparna sätter även priser på varje enskild produkt”, säger Mari Svensson, inköpsdirektör på KappAhl.

Detta är inköpsavdelningen på KappAhl erkänt duktig på. Det illustreras inte minst av de goda marginaler företaget lyckas nå.

ANSVAR LÄNGS HELA PROCESSEN

På inköparens bord ligger även att förhandla om inköpspriser. Det sker med stöd från produktionskontoren i Bangladesh, Indien (2), Kina (3), Litauen och Turkiet.

Inköparna ansvarar för bruttovinsten på försäljningen av de plagg som köps in. De följer upp varje enskilt plagg, från inledande design och produktion ända ut i butik. Det är också deras ansvar att besluta om, och i så fall när, en produkt måste prissänkas.

SÄKERT MODE

KappAhls kläder ska vara säkra ur hälso- och miljösynpunkt. För att bidra till en renare produktion kräver KappAhl att leverantörerna följer gällande miljölagar och att de dessutom uppfyller KappAhls egna krav, som är hårdare än nordisk lagstiftning. Företaget följer också forskning och utveckling på kemikalieområdet. Du kan läsa mer om detta på sidorna 25–27.



STEG 3: PRODUKTION

”Trygg och flexibel modell.”

KappAhls produktion sker hos noga utvalda leverantörer över hela världen. Att inte själva äga produktionsledet är ett medvetet val. Det ger flexibilitet, eftersom KappAhl på så sätt alltid kan byta till en annan leverantör vid behov.

”Upplägget innebär även att vi slipper binda kapital i fabriker. Vi investerar hellre pengarna i nya butiker som gör att vi kan nå ut till än fler kunder”, säger Marie Askhede, produktionschef på KappAhl.

Tillvägagångssättet bidrar också till att KappAhl har frihet att byta produktionsmetod, om modet kräver det.

”Det hade varit svårt om vi själva investerat tungt i maskiner som är begränsade till en viss typ av produktion, och som kräver ett visst kapacitetsutnyttjande för att vara lönsamma”, konstaterar Marie Askhede.

NÄRMARE 250 LEVERANTÖRER

KappAhl köper in från knappt 250 leverantörer. Ett 30-tal av producenterna levererar ungefär 60 procent av den totala volymen. Huvuddelen av inköpen görs i Asien. Närmare 70 procent av plaggen kommer därifrån. Resten produceras i Europa. Anskaffningen och leveranserna samordnas av KappAhls huvudkontor, som har ett nära samarbete med företags kontor i produktionsländerna.

NOGA MED KVALITETEN

KappAhl lägger stor vikt vid kvalitets-säkring och genomför därför frekventa stickprover genom alla steg i produktionsprocessen.

”Det lönar sig. Andelen plagg där det uppstått ett fel i produktionen är numera under en promille”, säger Marie Askhede.

Produktionskontoren kontrollerar även att leverantörerna efterlever KappAhls uppförandekod och följer upp deras miljöarbete. De letar även efter nya leverantörer, övervakar leveranserna och hanterar exportadministrationen. De är med andra ord KappAhls förlängda arm in i viktiga inköpsländer.



STEG 4: DISTRIBUTION

”Bland de mest effektiva i Europa.”

Timingen blir allt viktigare i modebranschen. Varorna ska vara i butiken vid exakt rätt tidpunkt, för att undvika minskad försäljning och behov av prissänkningar. Därför har KappAhl investerat i ett effektiviserat varuflöde. Idag är företaget bland de mest effektiva i Europa på denna punkt.

”Produktiviteten i vår distributionscentral har ökat med närmare 80 procent på tio år”, säger Gunnar Persson, chef på KappAhl distributionscentral i Mölndal.

Ryktet om KappAhl moderna lösningar har spridit sig utanför företagets väggar.

”Vi har ofta besök här, från andra som vill ta del av våra erfarenheter”, konstaterar Gunnar Persson.

2010 har KappAhl bland annat investerat i ett eget retursystem och i tillverkning av transportbackar av återvunnen plast, vilket leder till halverad kostnad och bättre miljö.

60 MILJONER VAROR VARJE ÅR

KappAhl distributionscentral är i princip helautomatiserad. Varje år passerar 60 miljoner plagg genom anläggningen.

”Vi kan hantera 80 miljoner varor idag. Men kapaciteten kan ökas ytterligare genom mindre tilläggsinvesteringar”, säger Gunnar Persson.

Systemet förfinas kontinuerligt när det gäller styrning av kvantiteter, timing, storlekar

och färger. Det bidrar till ökad försäljning och minskar andelen varor som reas.

TÄTA LEVERANSER TILL BUTIKERNA

Lagerytan i KappAhl butiker är liten eftersom ytan helst ska utnyttjas till försäljning. Därför är timingen i distributionen viktig.

”Butikerna får påfyllning tre till fem gånger per vecka, eller ännu oftare om

försäljningen kräver det”, säger Gunnar Persson.

Närmare 75 procent av transportererna från tillverkningslandet sker med båt, av miljö- och kostnadsskäl. Flygtransporter används om det är affärsmässigt nödvändigt. I Sverige går närmare hälften av transportererna från distributionscentralen till butikerna via järnväg. I Norge är siffran 70 procent.



We love IT: Ny plattform, med passform för tillväxt

KappAhl har ett flexibelt IT-system som bygger på enkelhet, precis som verksamheten i övrigt. Huvudstrategin är att ha alla affärs-kritiska kompetenser internt. KappAhl IT-avdelning, som ansvarar för all IT på KappAhl, arbetar tätt tillsammans med övriga delar av verksamheten.

”Det gör att vi har god kontroll och säkerställer att förändringar sker utifrån rätt perspektiv: Kärnaffärens. Vi är exempelvis alltid med i den så viktiga planeringsfasen vid förändringar”, säger Johanna Kjellberg, IT-direktör på KappAhl.

Under 2009/2010 inleddes en övergång till en ny klientplattform som är anpassad till den tillväxt som KappAhl möter.

”Målet är att den ska skapa högre effektivitet och flexibilitet. Samtidigt som säkerheten höjs. Det leder sammantaget till bättre ekonomi”, säger Johanna Kjellberg.

STEG 5: MARKNADSFÖRING & BUTIKSFÖRSÄLJNING

”En röd tråd som löper genom allt vi gör.”

KappAhls affärsidé, ”Prisvärt mode för många människor” och begreppet ”Design by KappAhl”, präglar allt företaget gör, i alla marknadsföringskanaler. Att KappAhl är konsekvent i sin kommunikation är en av de främsta orsakerna bakom den starka marknadspositionen under senare år.

Samtliga på KappAhl är mer eller mindre delaktiga i företagets marknadsföring. Inte minst de som jobbar i butikerna. Tittar man isolerat på marknadsavdelningen består den av tre grupper som jobbar med butikskonceptet, reklam och produktion av grafiskt material och informationsmaterial till butik. På marknadsavdelningen hanteras allt från tv-reklam och annonser till kundklubsaktiviteter, butiksinredning och varuvisning.

BUTIKEN VIKTIGASTE KANALEN

KappAhls butiksnät är den absolut viktigaste kommunikationskanalen.

”Butiken är vår huvudarena i mötet med kunden. Det är i butiken vi ska skapa inspiration och hjälpa kunden att hitta rätt mode. Här lägger vi stort fokus i arbetet”, säger Meta Ågren, marknadsdirektör på KappAhl.

Undersökningar visar att arbetet ger positiva resultat. En stor andel av besökarna konverteras till betalande kunder när de väl satt foten i butiken. Det är en siffra som KappAhl strävar efter att öka ytterligare.

REKLAM FÖR ATT LOCKA BESÖKARE

Att stärka KappAhls image och locka fler besökare har hög prioritet i kommunikationen. Företaget använder en mediemix som täcker allt från reklam i breda medier till sms direkt till kunden.

Undersökningar i målgruppen, som är gjorda i samband med reklamkampanjerna under våren och hösten 2010, pekar på att reklamen ger goda resultat. I målgruppen kvinnor mellan 30 och 50 år var 40 procent mycket positivt inställda efter

att ha sett reklamen och köpintentionen var långt över branschsnittet.

EN AV NORDENS STÖRSTA KLUBBAR Företagets lojalitetsprogram, i form av direktreklam och sms, är framgångsrikt etablerade på samtliga marknader. De bidrar på ett påtagligt sätt till försäljningen.

”Det här är en viktig marknadsföringskanal, eftersom kortkunderna visar större lojalitet och handlar för mer än den genomsnittliga kunden”, säger Meta Ågren.

ÖKAR TRYCKET VIA MODE-PR

”PR är ett område som får allt större betydelse för vår image och försäljning”, säger Meta Ågren.

Under de senaste fyra åren har antalet pressklipp i populärpressen mer än fördubblats. KappAhl syns regelbundet i etablerad modepress på de olika marknaderna.

KRAFTIGT ÖKAD TRAFIK TILL HEMSIDAN

KappAhls hemsida, www.kappahl.com, är en annan viktig kanal, där kunderna kan hitta sina favoritplagg innan de besöker butiken. Här kan de även få bra tips om klädvård.

Trafiken till hemsidan har ökat med över 60 procent det senaste året. Här finns det stor potential framöver.





STEG 5: MARKNADSFÖRING & BUTIKSFÖRSÄLJNING

"Över 300 000 säljtillfällen varje dag."

Varje dag får KappAhl över 300 000 besökare till sina butiker.

"Det är ett tillfälle vi inte vill missa. Har de väl kommit till oss har vi alla möjligheter i världen att visa att det går att köpa senaste mode till bra priser", säger Linda Hamberg, försäljningsdirektör på KappAhl.

Bemötandet i butikerna spelar en central roll för försäljningen. Verksamheten är beroende av att kunderna är mer nöjda med KappAhl än med andra. Då kommer de tillbaka, kanske med en vän som också vill hitta något snyggt.

ENKELT OCH KUL ATT HANDLA

"Det ska vara lite extra kul att komma till våra butiker, där allt i vår verksamhet knyts ihop till en inspirerande upplevelse för våra kunder", säger Linda Hamberg.

Det är bland annat viktigt att jobba genomtänkt med varuvisningen, så att det blir enkelt och inspirerande för kunderna att hitta och matcha olika plagg. Här används manualer, som gör att teman och koncept exponeras på ett enhetligt sätt i alla butiker.

"Varuvisningen samspelar dessutom med de annonskampanjer vi kör i media, via webben och direktreklam hem i brevlådan och till mobilen. Så att kunderna snabbt känner igen sig och hittar det som är aktuellt", säger Linda Hamberg.

BUTIKSPERSONAL HAR NYCKELROLL

Butikssäljarna har en viktig roll i att göra det enkelt för kunderna i valet av plagg och kombinationer, bland annat genom att ge råd.

"Men deras egna kläder har också stor betydelse. Kör vi en jeanskampanj och

medarbetarna har på sig jeansen så märker vi tydliga effekter i försäljningen", säger Linda Hamberg.

UPPGRADE MED NYTT KONCEPT
Under verksamhetsåret har ett flertal butiker uppdaterats med ett nytt butikskoncept, enligt en fastlagd plan. Den största fördelen med det nya konceptet är att det är mer modernt, flexibelt och miljöanpassat.

Konceptet har även bättre belysning, som utöver snyggare inramning även bidrar till närmare 30 procents lägre energiförbrukning.

LÖPANDE OMBYGGNATIONER

Varje år genomförs ett stort antal anpassningar och ombyggnadsprojekt i butiksnätet.

"Det kan handla om att sätta upp nya väggar, ersätta vanliga trappor med rulltrappor

och installera ny belysning som förstärker intrycket av varuvisningen", säger Linda Hamberg.

Anpassningarna ska bland annat leda till att kundernas väg genom butiken flyter i rätt tempo och förbi rätt erbjudanden. Insatserna ger goda resultat. Jämfört med branschen i stort har KappAhl en hög andel av besökarna som blir betalande kunder.

Dessutom byggs kassorna om för att underlätta för både kunder och personal.

"Kundens intryck i kassan är extra viktigt för att skapa lojalitet. Då krävs det att både inredningen och bemötandet är rätt", säger Linda Hamberg.

KappAhl gör även mindre underhållsinsatser, som till exempel målning och golv-arbeten. Företagets mätningar visar att kunderna blir mer positiva till butiken efter dessa förbättringar.

KUNSKAP FRÅN BUTIKTILL BUTIK

KappAhl arbetar utifrån enhetliga rutiner och har ett system för utbyte av erfarenheter mellan butiker i samma storlekssklass. Ny

teknik och tekniska hjälpmedel bidrar också till ökad smidighet.

"Vi har exempelvis ett effektivt lager-system som hjälper oss att hålla lämplig påfyllnadstakt av varorna. Försäljning och lageromsättning kan följas i realtid. Det i kombination med väl planerade kampanjer bidrar till att en så stor andel av varorna som möjligt kan säljas till fullpris", säger Linda Hamberg.



SÄLJTÄVLINGAR MED GODA RESULTAT
KappAhl genomför regelbundet säljtävlingar på samtliga marknader.

"Utöver att det leder till ökad försäljning, skapar det en positiv teamkänsla i respektive butik", säger Linda Hamberg.

Ett exempel är snittköpstävlingen, som vanns av butiken i Värnamo.

"Vi är duktiga på att samexponera varor och ge tips och idéer till våra kunder. Och vi är ett gott gäng som peppar varandra för att nå goda resultat, vilket också är viktigt", säger Maria Sjölin, butikschef.

BALANS I BEMANNINGEN

För att möta kundernas krav på service och samtidigt ha kostnaderna under kontroll gäller det att ha god balans i bemanningen. Den följer variationerna i efterfrågan mellan olika veckodagar och säsonger. Under 2009 lanserades ett nytt schemalägningsprogram, som underlättar arbetet med att göra bemanningen mer effektiv.



"Hyresvärdarna vill ha oss."

KappAhls mål är att öppna 20–25 nya butiker per år. KappAhls starka varumärke är till nytta i jakten på bra lägen.

"Vi är omtyckta av hyresvärdarna. De vet att vi lockar mycket folk till området, vilket höjer värdet på övriga lokaler", säger Hans Jepson, etableringsdirektör på KappAhl.

KappAhls strategi är att etablera sig i bästa affärlägen och köpcentra. Inför en nyetablering görs omfattande analyser av potentialen på den aktuella platsen.

"Attraktiva lägen med bra kundströmmar är ett måste för att vi ska etablera oss", konstaterar Hans Jepson.

KappAhl analyserar även faktorer som konkurrenssituation och konsumtionsmönster. Många nyetableringar tar lång tid att planera, exempelvis om butiken ska ligga i ett nytt köpcentra som fortfarande befinner sig på skisstadiet. Ibland kan det gå mycket fort.

"Om rätt lokal, i ett befintligt köpcentra, plötsligt blir ledig kan nyetableringen hanteras

på några få månader; ibland ännu snabbare", säger Hans Jepson.

Under 2009/2010 öppnade KappAhl 27 butiker och stängde 1. Den 31 augusti 2010 hade KappAhl kontrakt på ytterligare 55.

FLYTT KAN GE BETYDANDE LYFT

Översynen av butiksnätet har accelererat på senare år och många förändringar har genomförts. Att flytta en butik kan innebära ett lyft för hela verksamheten. Orsaken kan vara att den befintliga butiken är för liten, att ett nytt köpcentra byggs eller att ett annat område i en viss stad bedöms ha en intressantare potential. Resultaten visar att de hittills gjorda omlokaliseringarna lett till ökad lönsamhet.

"Vi kan även, efter noggrann analys, välja att helt avveckla de butiker som inte lever upp till de långsiktiga målen, om det inte finns några alternativa lokaler på orten", säger Hans Jepson.

"I 1993 kom vårt första miljömärkta plagg. Nu har vi 10 miljoner av den varan."

"KappAhls kunder förväntar sig rätt känsla för mode, men även att vi tar ansvar för vår verksamhet sett utifrån ett hållbarhetsperspektiv. Det tar vi på stort allvar och ser positivt på", säger Ann-Marie Heinonen, miljöchef på KappAhl.

KOD PÅ PLATS SEDAN 1997

Arbetet med hållbarhetsfrågor sker systematiskt i varje led i verksamheten, från design och produktion till distribution och butiks-försäljning. Arbetet utgår från två centrala dokument: Miljöpolicyn och uppförandekoden. Redan 1997 tog KappAhl fram sin första uppförandekod för leverantörerna. Koden har utvecklats i takt med företagets övriga framsteg.

653 INSPEKTIONER I ÅR

KappAhl har knappt 250 leverantörer. Samtliga produktionsenheter omfattas av företagets uppförandekod, vilken täcker områden som säkerhet på arbetsplatsen, arbetstider, löner och fackföreningsfrihet. Koden går i linje med respektive lands lagar, vilka i regel bygger på ILO-konventionerna.

Alla leverantörer täcks in av KappAhls system för inspektion och uppföljning, som genomförs av tolv inspektörer med specialkompetens inom området. De är placerade vid KappAhls internationella produktionskontor. Varje produktionsenhet graderas utifrån ett system med fyra nivåer – från "not approved" till "satisfactory". Uppföljningen innehåller en stor andel rådgivning, som syftar till att skapa förbättringar och därigenom högre ranking. Under 2009/2010 genomfördes 653 inspektioner och uppföljningsbesök. Det motsvarar närmare 3 besök per arbetsdag.

MEDLEM I BSR 2010

Under 2010 togs ytterligare ett steg i arbetet med hållbarhetsfrågor i relation till leverantörerna då KappAhl blev medlem i Business for Social Responsibility (BSR). Det är en global, ideell organisation som bidrar med kompetens och hjälper medlemsföretagen att göra affärer med respekt för etiska värderingar, enskilda individer, samhället i stort och miljön.

FÖRST MED MILJÖCERTIFIERING

KappAhl var den första modekedjan i världen att certifieras enligt miljöledningsstandarden ISO 14001. Det skedde första gången redan 1999.

"Detta är något vi är stolta över. Varje år sker en ny revision", säger Ann-Marie Heinonen.

ISO-certifieringen, som sker i regi av SP Sveriges Tekniska Institut, omfattar hela varuflödeskedjan från design via produktion, transport och distribution till butik samt verksamheten vid huvudkontor, distributionscentralen och butiksdriften i Sverige och Finland. Även i Norge sker certifiering av butiker utifrån nationellt vedertagen standard. Ambitionen är att verksamheten på samtliga marknader ska certifieras i framtiden.

10 MILJONER "GRÖNA PLAGG"

KappAhl var tidigt ute med att erbjuda miljömärkta plagg.

"Redan 1993 kunde våra kunder köpa det hos oss. Idag är över 10 miljoner, drygt 18 procent, av våra plagg märkta med antingen Öko-Tex, EU-blomman eller Organic Cotton", konstaterar Eva Kindgren, som

ansvarar för CSR-relaterade frågor och kvalitet inom KappAhls produktion.

Alla plagg i KappAhls butiker möter stränga kvalitetskrav.

"Vi har utförliga instruktioner och anvisningar som leverantörerna måste följa. Detta är ett område som vi jobbat med i många år", säger Eva Kindgren, som påpekar att anvisningen bland annat omfattar de krav som avser kemikalier, både i själva plagget såväl som i tillverkningsfasen.

Kontrollerna säkerställer att barnsäkerhet och övriga fysiska krav efterlevs.

"No Risk" är ett projekt som KappAhl har drivit i tre år, där olika plagg testas regelbundet för att säkerställa att de inte innehåller förbjudna ämnen och att kemikalieinnehållet inte överskrider fastlagda riktvärden.

2008 genomfördes även ett pilotprojekt inom vattenrening hos fyra leverantörer i Bangladesh. Projektet föll väl ut och sedan 2009 omfattas samtliga leverantörer med våtprocesser av företagets krav. Under 2010 bildade KappAhl tillsammans med cirka 20 andra svenska företag i textil- och läderbranschen Swedish Textile Water Initiative, STWI. Syftet är att utveckla riktlinjer för en hållbar vattenanvändning i produktionen.

KRAFTIGT MINSKAD ELFÖRBRUKNING

Hållbarhetsperspektivet finns med i alla delar av KappAhls verksamhet. Ett exempel på det är att alla transporter av liggande plagg sker i backar av återvunnen plast. Och alla plattkassar är gjorda av returplast, som är sju gånger mer miljöeffektiva än papperspåsar, tack vare den lägre vikten och energiåtgången.

"Vi arbetar även kontinuerligt med att minska elförbrukningen i vår verksamhet.

ÖKO-TEX

Öko-Tex Standard 100 är det ledande märket för textilier som testats för skadliga ämnen. På www.oeko-tex.com finns utförlig information om Öko-Tex.

ISO 14001

ISO 14001 är en standard för miljöledningssystem. KappAhl's certifikat omfattar hela varuflödeskedjan från design till butik samt verksamheten vid huvudkontor, distributionscentral och butiksdriften i Sverige och Finland.

EU-BLOMMAN

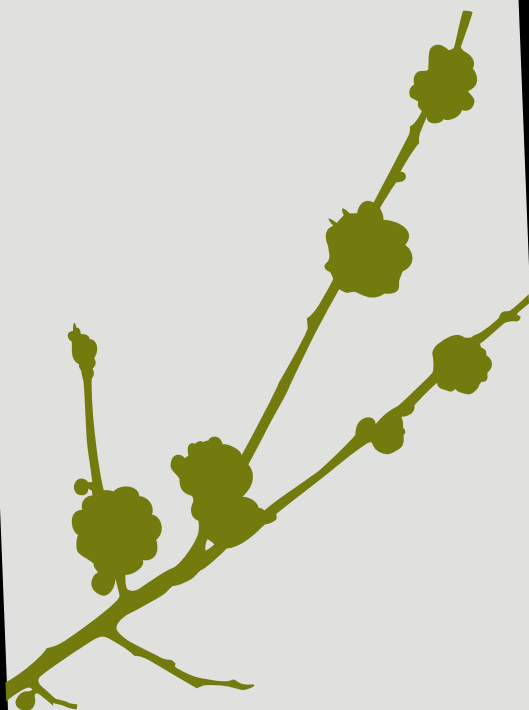
EU-blomman är en europeisk miljömärkning som kontrollerar hela kedjan från råvara till färdigt plagg. Läs mer på www.blomman.nu

EKOLOGISK BOMULL OCH LIN

Ekologisk bomull är bomull som har odlats utan användning av farliga kemikalier; kemiska bekämpningsmedel eller konstgödsel. Genmodifierade grödor får heller inte användas. KappAhl's ekologiska bomull upphandlas via de certifieringsorgan som garanterar att den bomull man köper är ekologisk, det vill säga följer direktiven för ekologisk odling. Exempel på dessa är GOTS, SKAL, IMO och Control Union (CU).

KappAhl är sedan 2007 medlem i BCI (Better Cotton Initiative), som via utbildning och information jobbar för att lära odlare att använda mindre vatten, mindre kemikalier och mindre bekämpningsmedel i den konventionella bomullsodlingen. Syftet är att åstadkomma en mer miljöanpassad bomullsodling och förbättra odlarnas sociala situation. Den första BCI-bomullen väntas finnas i handeln under 2010.

Ekologiskt lin odlas utan tillsatser av farliga kemikalier; kemiska bekämpningsmedel eller konstgödsel.



made with
**Organic
Cotton**

KappAhl



made with
**Organic
Linen**

KappAhl

Vi tittar exempelvis på varje butiks möjlighet att effektivisera belysningen, något som kan bidra med stora besparingar”, konstaterar Ann-Marie Heinonen.

Under året genomfördes bland annat ett pilotprojekt i två butiker i Norge, som resulterade i att elförbrukningen halverades.

”Och vi använder grön el. Det har vi gjort överallt där det är möjligt ända sedan 1999”, säger Ann-Marie Heinonen.

SAMVERKAN FÖR MINSKADE UTSLÄPP
Inom varutransporterna arbetar KappAhl medvetet för att föra över gods till mindre miljöbelastande transportmedel som båt och tåg då det är möjligt. Här samarbetar företaget med Green Cargo. Samlastning och effektiv ruttplanering tillämpas också.

Logistikproblem på de asiatiska marknaderna under det senaste året ledde till ett ökat behov av flygfrakt. Det bidrog i sin tur till att koldioxidutsläppen i verksamheten ökade med 104 procent under det senaste verksamhetsåret, enligt mätningar gjorda av en extern part, Tricorona. De tre åren dessförinnan minskade utsläppen med 41 procent, enligt mätningar från Tricorona. Årets ökning, som innebär att 6 (4) procent av frakterna skedde med flyg, bedöms vara temporär.

Under 2008 gick KappAhl med i Clean Shipping Index, med krav för att minska påverkan från båttransporter. KappAhl utgår även från Trafikverkets plattform för sport- och modeföretag vid upphandling av transporter till land.

I augusti 2010 inleddes ett pilotprojekt med fastighetsföretaget Steen & Ström för att förbättra förutsättningar för effektiv drift i butikerna när det gäller exempelvis energianvändning, avfallshantering och transporter.

KUNDERNA FÅR HÅLLBARA TIPS

KappAhl informerar kunderna på hemsidan om hur de på ett enkelt sätt kan bidra till en hållbar utveckling. Bland annat i broschyren ”Tvätta rätt”, som ger handfasta miljötips.

Därtill har KappAhl givit ut rapporten ”Miljö och socialt ansvar”, som beskriver KappAhls arbete inom området. Den finns även i fickformat.

Inköpare och ledning gör flest tjänsteresor på KappAhl, som var först i branschen med att klimatkompensera för dessa resor. Under året har KappAhl klimatkompenserat för 889 ton koldioxid. Det innebär en avsättning på cirka en kvarts miljon kronor.

KappAhl har kompenserat för 2 504 ton koldioxid sedan starten 2007, vilket motsvarar en avsättning på närmare 650 000 kronor.

”Pengarna investeras i ett FN-certifierat vindkraftsprojekt för textilindustrin i Indien”, säger Ann-Marie Heinonen.

SAMARBETE SOM SKAPAR ÖKAT TRYCK
KappAhl ser positivt på att jobba tillsammans med andra i hållbarhetsfrågor, eftersom det ger tillgång till experthjälp och mer kraft bakom åtgärderna. Initiativ för Etisk handel, Better Cotton Initiative (BCI), Swedish Textile Water Initiative, STWI, Standardiseringsgruppen SIS/TK 160 om säkerhet i barnkläder och Kemikaliegruppen är några av de initiativ som KappAhl deltar i.

”Better Cotton Initiative är ett viktigt projekt där målet är att öka tillgången på bomull som odlats på ett hållbart sätt – med mindre bekämpningsmedel, gödningsmedel och vatten. Samtidigt som man tar hänsyn till odlarens sociala levnadsstandard”, konstaterar Eva Kindgren.

KappAhl är även en av huvudsponsorererna bakom Sustainable Fashion Academy (SFA), en ideell organisation vars syfte är att stärka hållbarhetsperspektivet när det kommer till design och produktion. KappAhl sponsrar dessutom ett antal utvalda organisationer som gör stor nytta i samhället.

Därtill sponsras stödprojekt på de platser där KappAhl har produktionskontor, som till exempel i Bangladesh där företaget, tillsammans med våra leverantörer, har öppnat ett träningscenter. Det riktar sig till kvinnor mellan 18 och 40 år som kommer från fattiga förhållanden och saknar formell utbildning.

GODKÄNT FÖR INVESTERINGAR

Ett av många bevis på att KappAhl lever upp till hårt ställda krav inom hållbarhetsarbetet är att företaget, efter en grundlig analys, är godkänt som investeringsobjekt för samtliga etifikfonder hos Swedbank Robur.

NÅGRA MILSTOLPAR INOM VÅRT HÅLLBARHETSARBETE

1993

- Miljöarbetet intensifieras
- Första kollektionen ”ekokläder”

1997

- Första uppförandekoden
- Miljöutredning genomförs
- Plagg märkta med Öko-Tex

1998

- Första miljöpolicyen
- Inspektioner hos leverantörer

1999

- Första modekedjan i världen med miljöcertifiering enligt ISO 14001
- Grön el till hela verksamheten i Sverige

2004

- Plagg märkta med EU-blomman
- Medlem i BSCI

2007

- Nysatsning på ekologisk bomull
- Uppförandekodarbetet effektiviseras
- Klimatkompensering av tjänsteresor med flyg för första gången.

2008

- Klimatanalys av t-shirt och byxa

2009

- Försäljning av miljöväska, där överskottet gick till Naturskyddsföreningen och vindkraftsinvesteringar i Indien.
- Samtliga KappAhl-påsar i butik framställs av återvunnen plast.

2010

- Medlem i Business for Social Responsibility, BSR.
- KappAhl samlade in 50-öringar till BRIS, Childhood och SOS Barnbyar i kampanjen Dammsug Sverige.
- Samlade in drygt 1,4 Mkr till Go Red i Finland, Norge och Sverige.
- KappAhl tar tillvara på överblivna kläder och skänker dem till lokal välgörenhet, på samtliga marknader.

"Yes, vi tog priset – den bästa arbetsplatsen!"

I december 2009 fick KappAhl priset "Sveriges bästa arbetsplats" av Veckans Affärer, vars kriterier bygger på en analys av könsfördelning, andelen kvinnliga chefer, jämställdhetsmål och lönespridning. Totalt får fem bolag utmärkelsen. KappAhl hamnar, som enda modeföretag, i denna segergrupp, utan inbördes ordning.

Även andra undersökningar i Sverige och på företagets övriga marknader visar att KappAhl är en bra arbetsplats.

"Alla chefer och arbetskamrater bidrar till det. Vi är bra på att dela på både framgångar och motgångar. Det ger långsiktigt goda resultat", säger Kajsa Räftegård, HR- och informationsdirektör på KappAhl.

360 ARBETSPLATSER I ELVA LÄNDER

På KappAhl finns det en mängd olika yrken och närmare 4 800 medarbetare, inklusive alla de som hjälper till under korta perioder i högsäsong. De arbetar med allt från design till butiksförsäljning – med stöd från ett effektivt IT- och logistiksystem.

"Vi ska även komma ihåg att KappAhl är ett internationellt företag idag. Vi finns i elva länder, på 360 arbetsplatser", säger Kajsa Räftegård.

Tillsammans säljer medarbetarna hundratusentals plagg varje dag. För att lyckas med det krävs ett bra samarbete mellan olika kompetenser.

"Vi lägger stor vikt vid att skapa en arbetsplats som uppmuntrar till vidareutveckling och egna initiativ – samtidigt som målen och riktningen är tydligt utstakade. Det skapar trygghet", säger Kajsa Räftegård.

LÄRANDE I DET DAGLIGA ARBETET

På KappAhl finns det en tanke om lärande i det dagliga arbetet. Företaget mår om att fånga upp nyttiga lärdomar i butiker och på kontor och föra dem vidare till de övriga delarna av verksamheten. Men det krävs även rena utbildningsinsatser. Därför har företaget utvecklat ett omfattande utbildningsprogram, med kurser för olika kompetensbehov.

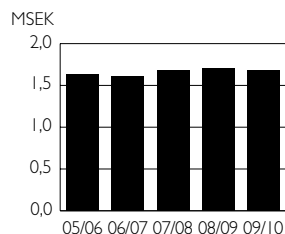
"Vi har bland annat ledarutvecklingsprogram för våra 400 chefer på olika nivåer i företaget. Hit hör bland annat KappAhl Academy for Area Managers, som riktar sig till regionchefer", säger Kajsa Räftegård.

Under verksamhetsåret genomgick företagets regionchefer en utbildning i samverkan med MiL Institute i Lund. Utbildningen var på engelska och mellan träffarna fick deltagarna möjlighet till coach-möten.

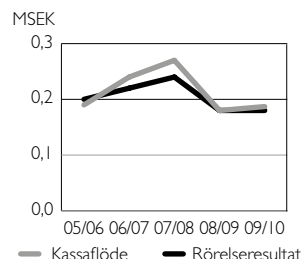
Utöver att bidra till kompetensutveckling på individnivå säkerställer utbildningen att KappAhls koncept är enhetligt på samtliga marknader.

Företaget erbjuder också KappAhl Academy for Store Managers som riktar sig till butikshefer och KappAhl Academy for Store Manager Trainees. Även säljarna erbjuds kompetenshöjning. Under 2009/2010 genomfördes exempelvis en utbildningsinsats kring varuvisning för samtliga säljare i Norge.

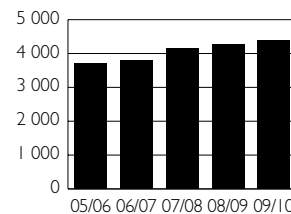
NETTOOMSÄTTNING
PER HELTIDSTJÄNST



KASSAFLÖDE OCH RÖRELSE-
RESULTAT PER HELTIDSTJÄNST



TOTALT ANTAL MEDARBETARE





33 000 TIMMAR FÖR UTBILDNING

Det finns flera olika specialistutbildningar i koncernen. Dekorörer och inköpsassistenter erbjuds särskilda program. I flertalet kurser kombineras KappAhls egna specialister med externa lärare och handledare. Vid behov kan personliga, skräddarsydda utbildningsprogram dessutom erbjudas till utvalda nyckelmedarbetare.

Det finns också möjlighet för enskilda butiker och avdelningar att ta egna initiativ. En betydande del av kompetens- och medarbetarutvecklingen är lokalt koncentrerad. Här har chefen en nyckelroll. De får stöd med råd, riktlinjer och konkreta hjälpmedel i utvecklingsarbetet från huvudkontoret.

Sammanlagt deltog 2 800 personer i företagets utbildningar under 2009/2010. Det är mer än dubbelt så många jämfört med året innan. Totalt lades 33 000 timmar på utbildning. Det kan jämföras med 18 000 timmar under 2008/2009.

KULTUR SOM LIGGER STEGET FÖRE

Värdegrunden för all kompetensutveckling finns i affärskulturen som bygger på en vilja att fortsätta att utvecklas, att hitta nya lösningar och att därigenom ligga steget före konkurrenterna.

”Denna vilja präglar allt vi gör, från rekrytering och utbildning till karriär- och ledarutveckling. På så sätt kan medarbetarna fortsätta att växa, och företaget likaså”, säger Kajsa Räftegård.

POSITIV UTVECKLING VIA MÅNGFALD

Variation bidrar till nya idéer och arbetssätt som är smartare än de gamla.

”Därför behöver vi mångfald när det gäller ålder, kön, språk, geografisk och religiös bakgrund”, säger Kajsa Räftegård.

Av medarbetarna i exempelvis Sverige har så många som var tredje anställd en eller två föräldrar som är födda utanför Sverige. Det är bra eftersom det gör att KappAhls verksamhet blir en spegling av samhället och kunderna.

”Vi skulle dock gärna se fler män i företaget. Idag är nio av tio medarbetare hos oss kvinnor. Bland butikssäljarna är andelen ännu högre”, säger Kajsa Räftegård.

Eftersom KappAhl oftast internrekryterar till butikschefsjobben, består kandidaterna därför till största delen av kvinnor.

KappAhl strävar därför efter ökad balans vid rekrytering utifrån. Bland annat genom att försöka få båda könen representerade bland slutkandidaterna, förutsatt att

kompetenskraven uppfylls. Vid varje utbildningsinsats inom ledarskap och vid olika chefsmöten är jämställdhetsfrågan belyst, så att både KappAhls nuvarande och framtida ledare kan jobba för en jämnare könsfördelning.

1 000 ANSÖKNINGAR VARJE MÅNAD

Det är många som vill jobba på KappAhl. När företaget annonserar efter butikssäljare kommer det in hundratals ansökningar. Läget är likadant på företagets distributionscentral. Det kommer dagligen in spontanansökningar via KappAhls hemsida och post. Sedan mätningarna inleddes våren 2010 har det kommit in cirka 1 000 spontana jobbansökningar via hemsidan per månad. De sökande kommer från samtliga marknader där KappAhl befinner sig.

För att underlätta rekryteringsarbetet har urvalsprocessen förfinats och systematiserats ytterligare. Bland annat använder sig

NYCKELTAL MEDARBETARE

	2009/2010
Tillfredsställelse på jobbet (5 är högsta betyg)	4,2
Totalt antal medarbetare	4 386
Genomsnittligt antal heltidstjänster (omräknat)	3 040
Andel kvinnor (%)	91,8
Genomsnittlig ålder	35,7

KappAhl av ett test som komplement till övriga delar av processen.

”Vi är noga när vi rekryterar, för båda parter skull. Vi vill locka medarbetare som trivs, utvecklas och gör ett bra jobb”, säger Kajsa Räftegård.

SPRIDER KUNSKAPTILL ANDRA

Samverkan med skolor och universitet är också något som KappAhl lägger stor vikt vid för att fånga upp nya idéer. Det handlar främst om utbildning och forskning med koppling till handel och design.

KappAhl är bland annat ett av partnerföretagen på Handelshögskolan vid Göteborgs universitet, där bland annat Centre for Retailing ingår.

”Vi är även efterfrågade som föreläsare och deltagare på andra högskolor. Hit hör Textilhögskolan i Borås. Men även på KY-utbildningar, mässor och seminarier”, säger Kajsa Räftegård.

Där delar KappAhls representanter med sig av företagets erfarenheter inom allt från de senaste modetrenderna och hållbar utveckling till Human Resources och moderna distributionssystem.

Dessutom tar KappAhl emot ett stort antal praktikanter varje år. Det bidrar till att profilera företaget som arbetsplats, men gör också att den egna organisationen kan influeras av nya, unga idéer i stort och smått.

GICK 150 MIL PÅ NIO VECKOR

KappAhl uppmuntrar alla medarbetare till ett aktivt liv, som leder till god hälsa. Därför erbjuds anställda ett motionsbidrag. Det finns även ett samarbete med träningsanläggningar där KappAhls medarbetare får träna till ett reducerat pris.

Företaget premierar även egna hälsoinitiativ på samtliga nivåer i företaget. Därför

var det glädjande att se den stegräknartävling som initierades i KappAhl Norge under 2008/2009. Tävligen blev en succé och under 2009/2010 genomfördes en ny omgång.

Denna gång var samtliga medarbetare i hela koncernen välkomna. Målet var att gå totalt 630 000 steg på nio veckor per person.

Detta motsvarar de 150 mil som spänner mellan KappAhls distributionscentral och företagets nya marknad Tjeckien.

De 400 lagen från Sverige, Norge, Finland, Polen, Tjeckien, Kina, Bangladesh, Indien, Turkiet och Litauen som deltog i tävlingen visade att detta var möjligt.

KAPPAHL ÄR HÄLSODIPLOMERAT

Arbetsmiljö är en strategisk fråga för KappAhl. Det framgår bland annat av företagets arbetsmiljöpolicy. Målsättningen är att skapa en fysiskt, psykiskt och socialt sund och utvecklande arbetsplats för alla medarbetare, där risker för arbetsskador och arbetsrelaterad ohälsa förebyggs. Det målmedvetna arbetet bidrog till att KappAhl blev miljödiplomerat vid ingången av 2010.

2007/2008 inleddes ett utökat samarbete med företagshälsovården, som fokuserade på medarbetarna i distributionscentralen.

I samband med samarbetet sjönk antalet frånvarodagar på grund av sjukdom markant. Sjukfrånvaron i koncernen som helhet uppgick till 5,6 (5,7) procent under 2009/2010.

INSATSERNA GER BRA BETYG IGEN

KappAhls arbetssätt visar sig fungera väl. Förutom att företaget växer är medarbetarna mycket nöjda.

”Det visas inte minst i våra medarbetarsamtal och årliga attitydmätning, KappAhl Attitude Survey”, säger Kajsa Räftegård.

Årets resultat pekar på fortsatt mycket höga betyg till KappAhl som arbetsplats: 4,2 (4,1) av 5 i genomsnitt. Det är bättre än snittet i branschen, enligt statistik från Mercuri International som administrerar undersökningen. En orsak som ofta lyfts fram är den tydliga styrningen, där mål, strategier och policies skapar bra förutsättningar för chefer att fatta snabba och väl grundade beslut, samtidigt som medarbetarna ges ett stort ansvar.

Undersökningen visar även att det finns en stolthet över att arbeta på företaget. Hela 97 (97) procent av medarbetarna svarar att de kan rekommendera KappAhl som arbetsgivare.

Från Mölndal till New Delhi

KappAhl erbjuder stora möjligheter för den som vill utvecklas i modebranschen. Det vet Sanne Norström, 24 år. Hon har inom loppet av två år gått från praktikant på KappAhl Dam till så kallad merchandiser-assistent i New Delhi, Indien.

”KappAhl är en stor aktör på modemarknaden med många olika avdelningar och här finns stora utvecklingsmöjligheter”, säger Sanne Norström.

"Styrelsen föreslår höjd utdelning."

KappAhl-aktien är noterad på Nasdaq OMX Stockholm, Mid Cap, sedan den 23 februari 2006. KappAhl-aktien ingår i Nasdaq OMX index för sällanköpsvaror, Nasdaq OMX Stockholm Consumer Discretionary.

Per den 31 augusti 2010 uppgick aktiekapitalet i KappAhl till 10 720 000 kronor fördelat på 75 040 000 aktier. Röstvärdet är en röst per aktie. Samtliga aktier äger lika rätt till andel av KappAhls tillgångar och resultat.

KURUTVECKLING OCH HANDEL

Från räkenskapsårets början till den 31 augusti 2010 ökade värdet på KappAhl-aktien med 31,2 procent. Det kan jämföras med Nasdaq OMX Stockholm All-Share som under perioden steg med 15,2 procent. Nasdaq OMX Stockholm Consumer Discretionary ökade under samma period med 20,1 procent.

Högsta betalkurs var 77,00 kronor den 22 mars 2010 och lägsta betalkurs var 39,40 kronor den 2 september 2009. Vid utgången av räkenskapsåret var KappAhls börsvärde 3 977 MSEK och p/e-talet beräknat på årets vinst var 9,9.

Under perioden den 1 september 2009 till den 31 augusti 2010 omsattes totalt 111,9 miljoner KappAhl-aktier till ett värde om 6,83 miljarder kronor baserat på genomsnittskursen.

Detta innebär att varje aktie omsattes 1,49 gånger under året, vilket motsvarar en omsättning på i genomsnitt 428 717 aktier per dag.

ÄGARSTRUKTUR

KappAhl hade 15 733 aktieägare den 31 augusti 2010. Största ägare var KappAhls VD Christian W. Jansson, som via bolag äger 16,28 procent, följt av Nordea Investment Funds med ett ägande på 5,86 procent och Carlson Fonder AB med ett ägande som uppgick till 4,64 procent.

Av aktieägarna äger 15,1 procent fler än 1 000 aktier. Aktieinnehavet registrerat på företag och institutionella ägare uppgick till 45,4 procent och innehav registrerat på icke svenska adresser var 39,9 procent.

UTDELNING

Styrelsen föreslår årsstämman 2010 en utdelning om 3,25 (1,25) kronor per aktie för verksamhetsåret 2009/2010.

KAPPAHL INGÅR I HÅLLBARHETSINDEX

KappAhl ingår sedan 2010 i Nasdaq OMX GES Sustainability Index. Det består av de 30 högst rankade företagen på Nasdaq OMX Stockholm när det kommer till ansvarsfulla investeringar.

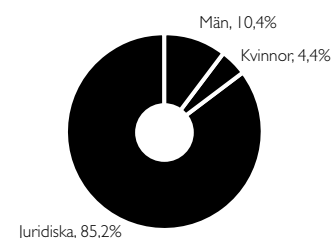
AKTIEMARKNADSINFORMATION

KappAhls information till aktiemarknaden och aktieägarna ska präglas av korrekthet, relevans, öppenhet och snabbhet. KappAhls pressmeddelanden, kvartalsrapporter och årsredovisningar finns tillgängliga på www.kappahl.com/ir.

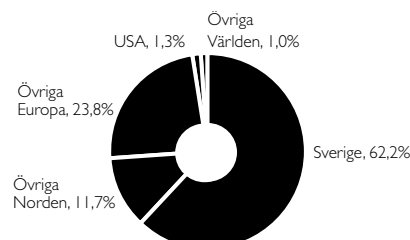
Där finns även ytterligare information om bolaget, den finansiella utvecklingen och aktien samt möjlighet att prenumerera på information från KappAhl.



FÖRDELNING ÄGARSTRUKTUR, AKTIEINNEHAV



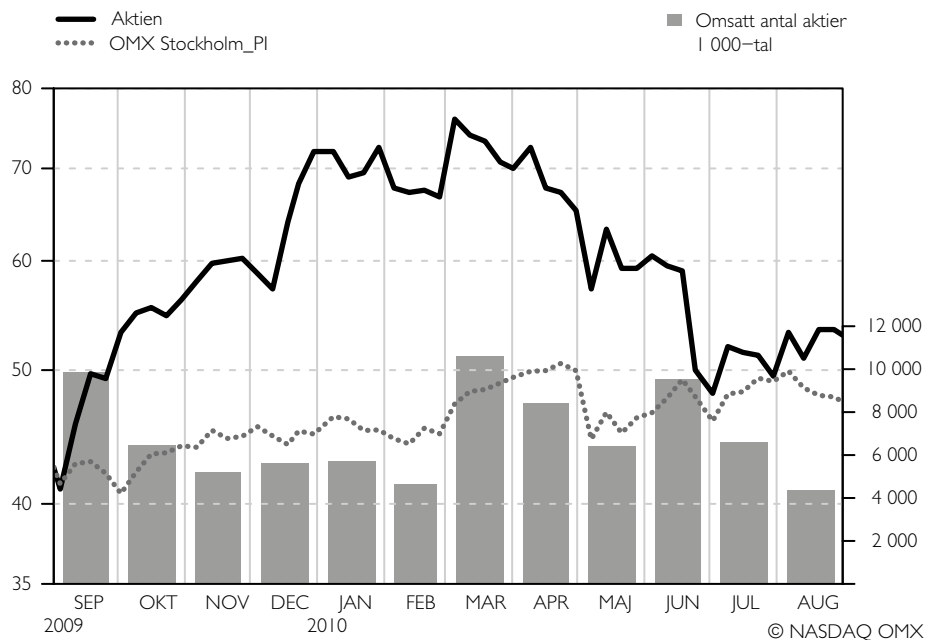
GEOGRAFISK FÖRDELNING, AKTIEINNEHAV



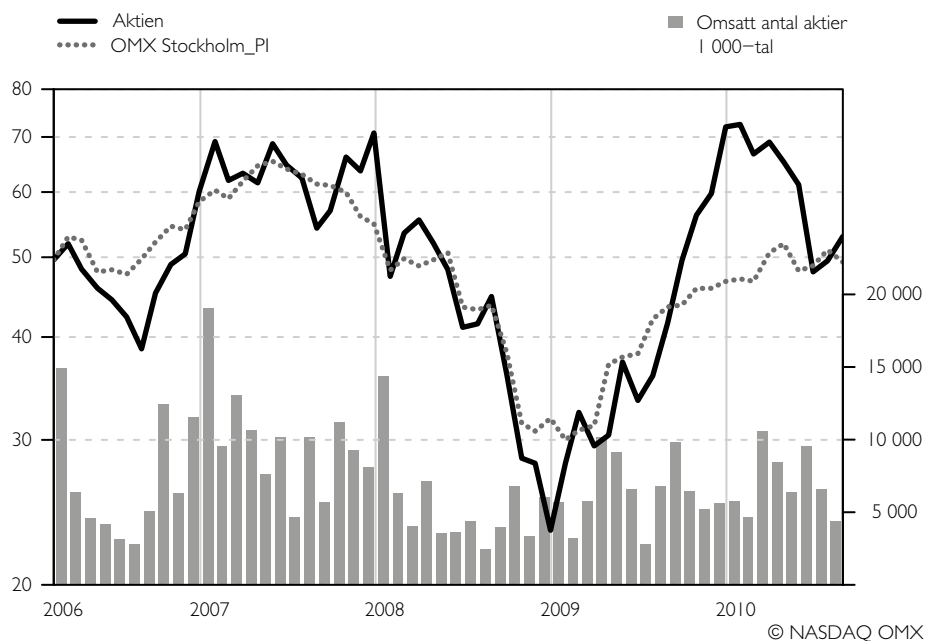
Innehav (KSEK)	Antal aktieägare	Antal aktier	Innehav (%)	Röster (%)
1–500	10 572	1 988 935	2,7%	2,7%
501–1 000	2 569	2 273 413	3,0%	3,0%
1 001–5 000	1 968	4 747 755	6,3%	6,3%
5 001–10 000	288	2 260 549	3,0%	3,0%
10 001–15 000	81	1 046 117	1,4%	1,4%
15 001–20 000	53	985 145	1,3%	1,3%
20 001–	242	61 738 086	82,3%	82,3%
Summa	15 733	75 040 000	100,0%	100,0%

KAPPAHL-AKTIEN

KAPPAHL-AKTIENS UTVECKLING 1 SEPTEMBER 2009–31 AUGUSTI 2010



KAPPAHL-AKTIENS UTVECKLING MARS 2006–31 AUGUSTI 2010



NYCKELTAL

	sept-aug 2009/2010	sept-aug 2008/2009	sept-aug 2007/2008	sept-aug 2006/2007	sept-aug 2005/2006
Omsättningstillväxt, %	5,0%	5,3%	3,3%	6,1%	6,9%
Rörelseresultat (EBIT)	551	526	651	618	530
Summa avskrivningar	234	234	221	200	177
Bruttomarginal, %	61,8%	61,1%	62,4%	61,1%	60,2%
Rörelsemarginal, %	10,8%	10,8%	14,1%	13,8%	12,6%
Räntetäckningsgrad (ggr)	6,20	6,27	8,48	6,61	4,71
Netto räntebärande skulder	1 866	2 100	1 979	1 387	1 605
Netto räntebärande skulder/EBITDA (ggr)	2,38	2,76	2,27	1,70	2,27
Soliditet, %	22,1%	11,3%	16,4%	28,0%	14,3%
Eget kapital per aktie, SEK	9,90	5,05	7,09	11,86	5,49
Eget kapital per aktie efter utspädning, SEK	9,90	5,05	7,09	11,86	5,49
Kassaflöde från löpande verksamhet/aktie	6,77	6,71	9,73	8,89	6,31
Börskurs, SEK	53,00	41,60	44,80	64,75	49,70
Börsvärde, MSEK	3 977	3 122	3 362	4 859	3 729
P/E-tal (ggr)	9,9	9,9	7,7	7,4	12,4
Direktavkastning, %	6,1%	3,0%	10,0%	17,0%	5,0%
Kurs/eget kapital, %	535%	824%	633%	546%	905%
Vinst per aktie, SEK	5,36	4,20	5,81	8,78	4,02
Utdelning/aktie (föreslagen 2009/2010)	3,25	1,25	4,50	11,0 ¹	2,50
Utdelningsandel av resultat efter betald skatt, %	76,0%	29,7%	77,5%	125,3%	62,1%
Antal aktier vid periodens slut	75 040 000	75 040 000	75 040 000	75 040 000	75 040 000
Antal aktier efter utspädning	75 040 000	75 040 000	75 040 000	75 040 000	75 040 000

¹ Avsäg inlösen av aktier.

KONCERNENS RESULTATRÄKNING I SAMMANDRAG (MSEK)

	sept-aug 2009/2010	sept-aug 2008/2009	sept-aug 2007/2008	sept-aug 2006/2007	sept-aug 2005/2006
Nettoomsättning	5 111	4 866	4 622	4 473	4 217
Kostnad sålda varor	-1 954	-1 893	-1 740	-1 738	-1 677
Bruttoresultat	3 157	2 973	2 882	2 735	2 540
Försäljningskostnader	-2 467	-2 315	-2 106	-1 985	-1 863
Administrationskostnader	-139	-132	-136	-142	-147
Övriga rörelseintäkter	-	-	11	16	-
Övriga rörelsekostnader	-	-	-	-6	-
Rörelseresultat	551	526	651	618	530
Finansiella intäkter	1	1	27	23	2
Finansiella kostnader	-89	-84	-80	-97	-113
Resultat efter finansiella poster	463	443	598	544	419
Skatt	-61	-127	-162	115	-117
Resultat efter skatt	402	315	436	659	302

FLERÅRS- OCH KVARTALSÖVERSIKT

KVARTALSVISA RESULTATRÄKNINGAR (MSEK)

	Q4 09/10	Q3 09/10	Q2 09/10	Q1 09/10	Q4 08/09	Q3 08/09	Q2 08/09	Q1 08/09	Q4 07/08	Q3 07/08	Q2 07/08	Q1 07/08
Nettoomsättning	1 290	1 221	1 256	1 344	1 226	1 206	1 168	1 266	1 103	1 140	1 132	1 247
Kostnad sålda varor	-521	-432	-531	-470	-473	-478	-490	-452	-420	-413	-457	-450
Bruttoresultat	769	789	725	874	753	728	678	814	683	727	675	797
Försäljningskostnader	-583	-639	-615	-630	-549	-587	-574	-605	-480	-547	-521	-558
Administrationskostnader	-30	-38	-34	-37	-28	-32	-39	-33	-32	-35	-36	-33
Övriga rörelseintäkter	-	-	-	-	-	-	-	-	11	-	-	-
Övriga rörelsekostnader	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Rörelseresultat	156	112	76	207	176	109	65	176	182	145	118	206
Finansiella intäkter	0	0	-	0	0	0	1	0	0	21	3	3
Finansiella kostnader	-24	-24	-23	-18	-23	-23	-19	-19	-26	-18	-18	-18
Resultat efter finansiella poster	132	88	54	189	153	86	47	157	156	148	103	191
Skatt	-7	-23	-20	-11	-47	-24	-13	-44	-43	-36	-29	-53
Resultat efter skatt	125	65	34	178	106	62	34	113	113	112	74	138

	Q4 06/07	Q3 06/07	Q2 06/07	Q1 06/07	Q4 05/06	Q3 05/06	Q2 05/06	Q1 05/06
Nettoomsättning	1 090	1 106	1 088	1 189	1 010	1 029	1 026	1 152
Kostnad sålda varor	-412	-417	-460	-449	-371	-392	-437	-473
Bruttoresultat	678	689	628	740	639	637	589	676
Försäljningskostnader	-456	-528	-484	-517	-431	-477	-468	-487
Administrationskostnader	-33	-32	-40	-37	-35	-40	-33	-39
Övriga rörelseintäkter	-	3	13	-	-	-	-	-
Övriga rörelsekostnader	-6	-	-	-	-	-	-	-
Rörelseresultat	183	132	117	186	173	120	88	150
Finansiella intäkter	0	11	10	2	0	0	2	1
Finansiella kostnader	-16	-32	-33	-16	-12	-18	-64	-19
Resultat efter finansiella poster	167	111	94	172	161	102	26	132
Skatt	-48	-32	244	-49	-45	-29	-7	-36
Resultat efter skatt	119	79	338	123	116	73	19	96

Förvaltningsberättelse

Styrelsen och verkställande direktören i KappAhl AB (publ), organisationsnummer 556661-2312, med säte i Mölndal, avger härmed årsredovisning och koncernredovisning för räkenskapsåret 1 september 2009 till 31 augusti 2010.

KONCERNEN

Koncernen är verksam inom detaljhandel för försäljning av kläder till kvinna, barn och man. I koncernen ingår förutom moderbolaget KappAhl AB de helägda bolagen KappAhl Sverige AB, KappAhl Fastigheter AB, försäljningsbolag i Norge, Finland, Polen och Tjeckien samt ett inköpsbolag i Kina. Koncernen har dessutom produktionskontor i Turkiet, Litauen, Ukraina, Bangladesh och Indien.

KappAhl Sverige AB samt försäljningsbolagen i Norge, Finland, Polen och Tjeckien ansvarar för butiksförsäljningen i respektive land. En fullständig förteckning över koncernbolagen finns i not 26.

Bolaget i Kina och de utländska produktionskontoren har till uppgift att söka nya leverantörskontakter samt ansvara för kvalitetskontroll och utföra produktions- och leveransbevakning inom sina närliggande marknader.

MODERBOLAGET

Moderbolaget tillhandahåller vissa koncerngemensamma tjänster såsom koncernledning.

ÄGARFÖRHÅLLANDEN

KappAhl AB (publ):s tio största ägare per 31 augusti 2010 fördelar sig enligt följande:

	Antal aktier	Andel av aktier och röster i%
Christian W. Jansson via bolag	12 214 700	16,28
Nordea Investments Funds	4 400 993	5,86
Carlson fonder AB	3 485 216	4,64
Swedbank Robur fonder	2 772 791	3,70
Skandia fonder	2 571 814	3,43
Didner & Gerge Fonder Aktiebolag	2 570 266	3,43
SVENSKT NÄRINGS LIV	2 100 000	2,80
SVENSKA HANDELSBANKEN CLIENTS ACC:3	1 886 274	2,51
Länsförsäkringar fondförvaltning AB	1 715 442	2,29
SKANDINAVISKA ENSKILDA BANKEN	1 290 689	1,72
Övriga ägare	40 031 815	53,34
Totalt	75 040 000	100,00

RÄKENSKAPSÅRETS RESULTAT OCH VÄSENTLIGA HÄNDELSER

Resultat – Koncernen

Nettoomsättning och bruttoresultat

KappAhls nettoomsättning (exklusive moms) under räkenskapsåret uppgick till 5 111 (4 866) MSEK, en ökning med 5,0 procent jämfört med föregående räkenskapsår. Ökningen består av nya och stängda butiker 6,3 procent, utveckling på jämförbara butiker –0,7 procent samt omräkningsdifferenser i valuta med –0,6 procent. Förutom valutaeffekten förklaras den totala försäljningsutvecklingen främst av butiksexpansionen under räkenskapsåret, vilken gett en ökning av antalet butiker med 26.

Bruttoresultatet uppgick till 3 157 (2 973) MSEK, vilket motsvarar en bruttomarginal på 61,8 (61,1) procent. Det visar att bruttomarginalen har fortsatt att hålla sig på en hög nivå.

Rörelseresultat

Försäljnings- och administrationskostnaderna uppgick totalt till 2 606 (2 447) MSEK, vilket innebär att kostnaderna är något högre än föregående år. Ökningen av kostnaderna är framförallt hänförlig till ökningen av antalet butiker samt till normal inflation.

Koncernens rörelseresultat för räkenskapsåret uppgår till 551 (526) MSEK, en ökning med 4,8 procent. Rörelsemarginalen uppgår till 10,8 (10,8) procent.

Skatter

För räkenskapsåret uppgår den redovisade skatten i resultaträkningen till cirka 13,2 procent medan betald skatt uppgår till cirka 30,7 procent. Skillnaden beror främst på intäkter från omvärdering av förvärvade underskottsavdrag.

Butiksnät och expansion

Under räkenskapsåret har 27 nya butiker öppnats, tio i Polen, tio i Sverige, tre i Finland, tre i Norge och en i Tjeckien. En butik i Sverige har stängts under samma period. I slutet av räkenskapsåret uppgick det totala antalet butiker till 345 (319). Av dessa finns 153 i Sverige, 95 i Norge, 56 i Finland, 40 i Polen samt en i Tjeckien.

Arbetet med att söka nya butikslägen fortgår enligt plan. Utöver de 345 (319) butiker som fanns i drift den 31 augusti i år finns för närvarande kontrakt på 55 nya butiker. Av de nya kontrakten kommer 16 butiker att öppnas under det första kvartalet 2010/2011. Det långsiktiga målet – en ökning av antalet butiker med 20 till 25 per år kvarstår. För nästa verksamhetsår kommer det troligen bli drygt 25 butiker.

ANTAL BUTIKER PER LAND

	2010-08-31	2009-08-31	2008-08-31	2007-08-31	2006-08-31	2005-08-31	2004-12-31	2004-08-31
Sverige	153	144	138	131	130	125	124	122
Norge	95	92	87	84	81	74	72	72
Finland	56	53	46	42	36	32	30	30
Polen	40	30	20	15	13	11	9	9
Tjeckien	1							
Totalt	345	319	291	272	260	242	235	233

FINANSIELLA INSTRUMENT OCH RISKHANTERING

Syftet med koncernens valutapolicy är att minska riskerna för negativ resultatpåverkan och att öka förutsägbarheten i framtida resultat. Detta uppnås genom att intäkter från dotterbolagen valutasäkras. Därutöver valutasäkras varuinköpen i koncernen genom att säkring sker av kommande varuflöden med 3–9 månaders framförhållning. Valutasäkringen sker med terminer och optioner. En väsentlig del av koncernens varuinköp görs i USD, vilket medför känslighet för förändringar i dollarkursen. Ytterligare information finns i not 21.

FINANSIERING

Finansiering och placering av pengar sker i allt väsentligt via KappAhl AB (publ). Likvida medel i Koncernen uppgick den 31 augusti 2010 till 26 MSEK jämfört med 21 MSEK den 31 augusti 2009. Koncernen har dessutom tillgängliga kreditlöften om totalt 2 650 (2 650) MSEK varav 1 849 (2 056) MSEK var utnyttjat per 31 augusti 2010.

Bolagets finansiering utgörs huvudsakligen av banklån och check-krediter. Ytterligare information finns i not 21.

MODERBOLAGETS RESULTAT

Moderbolagets omsättning var under perioden 18 (20) MSEK och resultatet efter finansiella poster 166 (323) MSEK. Skillnaden i resultatet förklaras av lägre utdelning från dotterbolagen med 172 MSEK.

VÄSENTLIGA HÄNDELSE

Marknaden

Under året har en ny föräljningsmarknad öppnats i Tjeckien med en första butik i Brno. Efter bokslutsdagen har även en andra butik öppnats. Under den kommande våren kommer ytterligare två butiker invigas. En öppningstakt i Tjeckien om 4–5 butiker per år bedöms som rimligt.

Investeringar

Koncernen

Årets nettoinvesteringar uppgår till 202 (261) MSEK och består främst av investeringar i befintliga och nyöppnade butiker. Mot bakgrund av finanskrisen beslutades för det gångna året om en reducerad investeringsnivå. För den långsiktiga lönsamheten är det nödvändigt med god återinvesteringstakt i befintliga butiker. För att säkra detta beräknas investeringarna för det kommande året bli ca 250–300 MSEK.

Moderbolaget

I KappAhl AB (publ) har inga investeringar gjorts under året.

FÖRVÄNTNINGAR AVSEENDE DEN FRAMTIDA UTVECKLINGEN

Lågkonjunkturen har ersatts av en begynnande konjunkturuppgång. Statsfinanserna i de länder koncernen verkar är överlag starka men möjligen kan koncernen påverkas av besparingar i andra länder. Även framtida räntehöjningar kan bromsa utvecklingen. Sammantaget är bolaget ändå försiktigt optimistiskt till marknadsutvecklingen.

Koncernens målsättning om att öppna 20–25 nya butiker per år kvarstår. Den samlade bedömningen är att förutsättningarna är goda för en fortsatt bra utveckling av resultatet i koncernen.

VÄSENTLIGA RISKER OCH OSÄKERHETSFAKTORER

KappAhl är utsatt för ett antal risker såväl rörande den egna verksamheten som branschen i stort. De flesta riskområden kan hanteras genom interna rutiner och kontroller medan vissa styrs mer av utomliggande faktorer. Riskerna kan delas upp i verksamhetsrelaterade eller operativa risker samt i finansiella risker.

De finansiella riskerna och hanteringen av dessa redovisas mer utförligt i not 21. Hanteringen av risker beskrivs dessutom i bolagsstyrningsrapporten, sidan 72, under rubriken "Intern kontroll avseende finansiell rapportering"

Nedan beskrivs kortfattat de mest väsentliga risk- och osäkerhetsområdena som identifierats samt hur KappAhl arbetar med respektive riskområde.

Konkurrens

Modebranschen präglas av en intensiv konkurrens både avseende sortiment och marknader. Främsta konkurrenter är andra kedjeföretag, varuhus, postorderföretag och internethandel inom försäljning av kläder till kvinnor, män och barn samt av accessoarer. Konkurrens finns även om bra butikslägen och förmånliga hyresvillkor för dessa.

Såväl nordiska som internationella konkurrenter kan ha större finansiella, marknadsförings- och andra resurser. De kan därmed ha bättre förutsättningar att anpassa sig efter kundefterfrågan, avsätta mer resurser till marknadsföring och design av produkter och butiker och uppnå större varumärkeskänedom. Den kraftiga konkurrensen kan leda till prispress och minskande marknadsandelar. KappAhl arbetar med fokus på att tydliggöra koncept och marknadsposition genom en väl definierad målgrupp i kombination med ett tydligt budskap. Detta bedöms vara en väsentlig konkurrensfördel.

Mode

Framgången för KappAhl är beroende av förmågan till identifiering och anpassning till de ständigt skiftande modetrenderna och kundönskemålen samt att i rätt tid ta fram nya och attraktiva produkter. Produkterna måste också locka en bred krets av kunder, vars uppfattning om modet inte kan förutses med säkerhet. Om konsumenttrender och kollektioner missbedöms kan det leda till överskottslager av vissa produkter, prissänkningar och förlorade säljmöjligheter.

Varumärket kan ta skada om kunder uppfattar att KappAhl inte kan erbjuda produkter som av kunderna upplevs som moderiktiga. Dessa risker motverkas genom att rekrytera duktiga designers och inköpare vilka kontinuerligt arbetar med att förstå och förutse trenderna. Vidare arbetar företaget med en kundorienterad affärsmodell där kundens inköpsmönster och beteenden kontinuerligt analyseras.

Handelsrestriktioner

Drygt två tredjedelar av KappAhls produkter köps från Asien och resterande del från Europa. Eventuella handelsrestriktioner, däribland tulltariffer, skyddsåtgärder eller kvoter för kläder och accessoarer kan få effekter som påverkar kostnader eller tillgången på produkter och innebära att inköpsrutiner måste ändras. Det går inte att förutse om något av länderna där kläder och accessoarer tillverkas, för närvarande eller i framtiden kommer att bli föremål för ytterligare handelsrestriktioner och i så fall effekterna därav.

Expansion

KappAhl befinner sig i en intensiv fas med omfattande expansion av butiksnätet på samtliga fem geografiska marknader. Samtidigt sker en kontinuerlig uppgradering och utbyggnation av befintliga butiker, vilket kräver avsevärda investeringar och ledningsresurser. Det finns aldrig någon garanti för att investeringarna kommer att generera tillräcklig avkastning. Det sker ett fokuserat löpande och långsiktigt arbete med utökning och översyn av butiksbeståndet för att säkerställa att uppställda expensionsmål är realistiska och nåbara. Per 31 augusti 2010 fanns kontrakt på 55 nya butiker.

Varumärke

KappAhl har som policy att registrera och skydda sina varumärken och namn. Det finns dock inga garantier för att åtgärderna är tillräckliga för att skydda varumärken och egendom. Dessutom kan otillåten användning av varumärken på piratkopior, eller efterliknande av KappAhls butiker, skada bolagets image och anseende

Informationssystem och informationssäkerhet

KappAhl är beroende av informationssystem för att styra varuflödet från inköp till försäljning i butik samt för att sammanställa operativ och statistisk information. Riskerna omfattar såväl ändamålsenligheten i befintliga system som säkerställandet av verksamhets känslig information. Varje längre avbrott eller bristande funktionalitet i informationssystemen kan medföra att viktig information går förlorad eller att åtgärder blir försenade, framförallt om problem uppstår under högsäsong, exempelvis under julhandeln.

Befintlig systemstruktur utvärderas därför löpande i syfte att säkerställa att informationssystemen ställer de krav som verksamheten har. Dessutom finns ett högt fokus på säkerställande av informations-säkerhet i samtliga väsentliga delar inom koncernen. I koncernens arbete ingår även att utveckla planer och system för att hantera störningar och avbrott.

Konjunktur

Branschen som KappAhl verkar inom, påverkas av förändringar i den allmänna konjunkturen, vilket får effekt på den totala efterfrågan och därmed på konsumtionsnivån. Konsumtionsmönstren påverkas av en mängd allmänna faktorer utanför bolagets kontroll, bland annat allmänna affärsförhållanden, räntor, valutakurser, inflations- och deflationsnivåer, skatter, kredittillgång, aktiemarknadens utveckling, arbetslöshetsnivån, osäkerhet om framtida ekonomiska utsikter och skiften i konsumtionsmönster från sällanköpsvaror till andra varor och tjänster.

HÄNDELSER EFTER RÄKENSKAPSÅRETS UTGÅNG
Inga händelser utöver ordinarie verksamhet har skett.

RIKTLINJER FÖR ERSÄTTNING TILL LEDANDE BEFATTNINGSHAVARE

Ledande befattningshavare ska erbjudas en fast lön som är marknads-
mässig och baserad på personens ansvar och uppförande. Bonus får max-
imalt uppgå till 50 procent av fast lön och ska primärt vara baserad på
koncernens rörelseresultat. Fullständig text finns på bolagets hemsida
under bolagsstyrning. Gällande policy föreslås gälla även för nästa verk-
samsårs.

BOLAGSSTYRNING

Information finns i den separat avgivna Bolagsstyrningsrapporten.
(Se sid. 69)

FÖRSLAG TILL DISPOSITION BETRÄFFANDE BOLAGETS RESULTAT

Styrelsen och verkställande direktören föreslår att till förfogande
stående vinstmedel 890 449 469 kronor disponeras enligt följande:

Utdelning (75 040 000 × 3,25 SEK)	243 880 000 kr
Balanseras i ny räkning	646 569 469 kr
Summa	890 449 469 kr

Förslaget ligger inom ramen för gällande utdelningspolicy med
70–100 procent av resultat efter betald skatt.

Vad beträffar KappaAhls resultat och ställning i övrigt, hänvisas till
efterföljande resultat- och balansräkningar med tillhörande boksluts-
kommentarer.

Resultaträkning för koncernen

Belopp i MSEK	Not	2009-09-01 2010-08-31	2008-09-01 2009-08-31
Nettoomsättning	2, 3, 4	5 110,7	4 866,4
Kostnad för sålda varor		-1 953,8	-1 893,0
Bruttoresultat	7	3 156,9	2 973,4
Försäljningskostnader	7	-2 466,4	-2 314,8
Administrationskostnader	7	-139,3	-132,3
Rörelseresultat	3, 5, 6, 7, 17, 22	551,2	526,3
Finansiella intäkter	27	1,1	1,0
Finansiella kostnader	27	-89,1	-84,4
Finansnetto	8	-88,0	-83,4
Resultat före skatt		463,2	442,9
Skatt	9	-61,2	-127,4
Årets resultat		402,0	315,5
Övrigt totalresultat			
Årets omräkningsdifferenser		-7,7	0,9
Aktuariella vinster/förluster inkl. sociala avgifter		30,1	-14,1
Kassaflödessäkningar - orealiserade värdeförändringar		55,0	-147,6
Skatt hänförligt till poster i övrigt totalresultat		-22,4	42,5
Årets övriga totalresultat efter skatt		55,0	-118,3
Summa totalresultat		457,0	197,2
Resultat per aktie			
före utspädning (kr)		5,36	4,20
efter utspädning (kr)		5,36	4,20

Kommentarer till koncernens resultaträkning

Nettoomsättningen

Nettoomsättningen uppgår till 5 111 (4 866) SEK, motsvarande en ökning med 5,0 procent.

Ökningen består av nya och stängda butiker 6,3 procent, utvecklingen i butiker som är jämförbara mellan åren, med -0,7 procent samt omräkningsdifferenser i utländsk valuta, framförallt i NOK och EUR, med -0,6 procent.

Bruttoresultat

Bruttoresultatet uppgår till 3 157 MSEK, vilket motsvarar en ökning med 184 MSEK. Bruttomarginalen uppgår till 61,8 procent, jämfört med 61,1 procent föregående år. Ett starkt sortiment anpassat till målgruppen är grunden för den goda marginalen.

Rörelseresultat

Rörelseresultatet uppgår till 551 MSEK, vilket innebär detta en ökning med 4,7 procent. Rörelsemarginalen uppgår till 10,8 procent, samma som föregående år. Ökningen av försäljnings- och administrationskostnaderna är hänförliga dels till att koncernen har fler butiker än föregående år, dels till valutaeffekter.

Resultat före skatt

Resultat före skatt uppgår till 463 MSEK, vilket motsvarar en förbättring jämfört med föregående år med 20 MSEK. Finansnettot uppgår till -88 MSEK, vilket är en försämring jämfört med föregående år med 5 MSEK.

Skatt

För räkenskapsåret uppgår den redovisade skatten i resultaträkningen till cirka 13,2 procent medan betald skatt blir cirka 30,7 procent. Skillnaden beror främst av värdeförändring av förvärvade underskottsavdrag.

Balansräkning för koncernen

Belopp i MSEK	Not	2010-08-31	2009-08-31
TILLGÅNGAR	24		
Anläggningstillgångar			
Immateriella anläggningstillgångar	10	1 329,0	1 340,3
Materiella anläggningstillgångar	11	1 006,4	1 060,1
Långfristiga fordringar	13	0,2	0,2
Uppskjutna skattefordringar	9	156,1	87,0
Summa anläggningstillgångar		2 491,7	2 487,6
Omsättningstillgångar			
Varulager	14	702,9	735,8
Kundfordringar	21	4,2	3,0
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	15	95,8	90,0
Övriga fordringar	13	38,3	16,2
Likvida medel	21	26,5	20,8
Summa omsättningstillgångar		867,7	865,8
Summa tillgångar		3 359,4	3 353,5
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Eget kapital			
Aktiekapital		10,7	10,7
Övrigt tillskjutet kapital		205,1	205,1
Andra reserver		-24,4	-57,2
Balanserat resultat		551,3	220,9
Summa eget kapital		742,7	379,5
Skulder			
Långfristiga skulder			
Långfristiga räntebärande skulder	16, 21	1 835,4	2 055,7
Avsättningar till pensioner och liknande förpliktelser	17	42,4	65,1
Uppskjutna skatteskulder	9	18,1	6,5
Summa långfristiga skulder		1 895,9	2 127,3
Kortfristiga skulder			
Leverantörsskulder		217,1	231,4
Aktuella skatteskulder		56,4	66,2
Övriga skulder	19	190,5	242,3
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	20	243,0	306,8
Checkräkningskredit	16	13,8	–
Summa kortfristiga skulder		720,8	846,7
Summa skulder		2 616,7	2 974,0
Summa eget kapital och skulder		3 359,4	3 353,5

Information om koncernens ställda säkerheter och eventalförpliktelser; se not 24.

Kommentarer till koncernens balansräkning

Anläggningstillgångar

Immateriella anläggningstillgångar

Immateriella anläggningstillgångar består till huvudsaklig del av goodwill, 696 MSEK, samt av varumärke, 610 MSEK. Årlig prövning görs av värderingen, eller oftare om det anses befogat. Någon risk för nedskrivningsbehov bedöms inte föreligga och det har inte skett någon värdeförändring mellan räkenskapsåren.

Uppskjutna skattefordringar/skatteskulder

Uppskjutna skattefordran netto har ökat med 69 MSEK mellan åren, vilket beror på förvärvade underskottsavdrag.

Omsättningstillgångar

Varulager

Varulagret värderas enligt lägsta värdets princip, som det lägsta av anskaffnings- respektive nettoförsäljningsvärde. Varulagret har minskat med 33 MSEK mellan åren. Varulagret bedöms ha bra balans såväl avseende sammansättning som storlek.

Eget kapital

Förändringen i eget kapital uppgår till 363 MSEK och består förutom av årets nettoresultat om 402 MSEK huvudsakligen av utdelningen under året till aktieägarna, totalt -94 MSEK och förändringar i orealiserad värdering av kassaflödessäkringar totalt +41 MSEK.

Kortfristiga skulder

Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter

Balansposten har minskat med 64 MSEK och består till största del av personalrelaterade skulder. Minskningen beror på att en tillfällig extra skatteskuld har betalats.

Förändringar i koncernens eget kapital

	Eget kapital hänförligt till moderbolagets aktieägare					
			Andra reserver			
Belopp i MSEK	Aktiekapital	Övriga till- skjutna medel	Säkringsreserv	Omräkningsreserv	Balanserat resultat	Totalt eget kapital
Ingående eget kapital 2008-09-01	10,7	205,1	34,5	16,2	253,5	520,0
Årets resultat	–	–	–	–	315,5	315,5
Övrigt totalresultat						
Kassaflödessäkringar	–	–	108,8	–	–	–108,8
Årets omräkningsdifferenser	–	–	–	0,9	–	0,9
Aktuariella vinster/förluster	–	–	–	–	–10,4	–10,4
Summa övrigt totalresultat	–	–	108,8	0,9	–10,4	–118,3
Transaktioner med aktieägare						
Utdelning	–	–	–	–	–337,7	–337,7
Summa transaktioner med aktieägare	–	–	–	–	–337,7	–337,7
Utgående eget kapital 2009-08-31	10,7	205,1	–74,3	17,1	220,9	379,5

	Eget kapital hänförligt till moderbolagets aktieägare					
Belopp i MSEK	Aktiekapital	Övriga till- skjutna medel	Andra reserver		Balanserat resultat	Totalt eget kapital
			Säkringsreserv	Omräkningsreserv		
Ingående eget kapital 2009-09-01	10,7	205,1	-74,3	17,1	220,9	379,5
Årets resultat	-	-	-	-	402,0	402,0
Övrigt totalresultat						
Kassaflödessäkringar	-	-	40,5	-	-	40,5
Årets omräkningsdifferenser	-	-	-	-7,7	-	-7,7
Aktuariella vinster/förluster	-	-	-	-	22,2	22,2
Summa övrigt totalresultat	-	-	40,5	-7,7	22,2	55,0
Transaktioner med aktieägare						
Utdelning	-	-	-	-	-93,8	-93,8
Summa transaktioner med aktieägare	-	-	-	-	-93,8	-93,8
Utgående eget kapital 2010-08-31	10,7	205,1	-33,8	9,4	551,3	742,7

Kassaflödesanalys för koncernen

Belopp i MSEK	Not	2009-09-01 2010-08-31	2008-09-01 2009-08-31
Den löpande verksamheten	27		
Resultat före skatt		463,2	443,0
Justering för poster som inte ingår i kassaflödet		248,3	242,8
Betald inkomstskatt	9	-142,2	-94,3
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital		569,3	591,5
Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital			
Minskning (+)/Ökning (-) av varulager		32,9	-113,6
Minskning (+)/Ökning (-) av rörelsefordringar		-5,5	-1,4
Minskning (-)/Ökning (+) av rörelseskulder		-89,4	27,3
Kassaflöde från den löpande verksamheten		507,3	503,8
Investeringsverksamheten			
Förvärv av materiella anläggningstillgångar		-171,1	-249,5
Förvärv av dotterföretag, nettolikvidpåverkan	27, 28	-23,6	-
Förvärv av immateriella anläggningstillgångar		-6,7	-11,9
Kassaflöde från investeringsverksamheten		-201,4	-261,4
Finansieringsverksamheten			
Utbetald utdelning		-93,8	-337,7
Minskning (-)/Ökning (+) av checkräkningskrediter		-206,4	83,9
Kassaflöde från finansieringsverksamheten		-300,2	-253,8
Årets kassaflöde		5,7	-11,4
Likvida medel vid årets början		20,8	32,2
Valutakursdifferens i likvida medel		0,0	0,0
Likvida medel vid årets slut		26,5	20,8

Kommentarer till kassaflödesanalys för koncernen

Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital

På raden Justering för poster som inte ingår i kassaflödet avser största posten avskrivningar 234 (233) MSEK.

Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital

Kassaflödet från förändringarna i rörelsekapitalet ger en nettopåverkan på kassaflödet med -62 (-88) MSEK vilket främst förklaras av att en tillfällig extra skatte-kredit betalats.

Kassaflöde från investeringsverksamheten

Kassaflöde från investeringsverksamheten har medfört utbetalningar om totalt 202 (261) MSEK. Årets investeringar avser till största delen nya butiker och ombyggnationer av befintliga butiker.

Kassaflöde från finansieringsverksamheten

Kassaflödet från finansieringsverksamheten uppgår till -300 (-254) MSEK. Här utgör aktieutdelning -94 (-338) MSEK. Resterande förändring motsvaras av minskad upplåning om totalt 206 (-84) MSEK.

Resultaträkning för moderbolaget

Belopp i MSEK	Not	2009-09-01 2010-08-31	2008-09-01 2009-08-31
Nettoomsättning		18,1	19,6
Kostnad för sålda varor		–	–
Bruttoresultat		18,1	19,6
Övriga rörelsekostnader		–27,1	–29,5
Rörelseresultat	5,6	–9,0	–9,9
<i>Resultat från finansiella poster:</i>	8		
Resultat från andelar i dotterföretag	27	253,9	426,1
Övriga ränteintäkter och liknande resultatposter		–	4,9
Räntekostnader och liknande resultatposter	27	–78,7	–98,1
Resultat efter finansiella poster		166,2	323,0
Bokslutsdispositioner		–	–8,0
Resultat före skatt		166,2	315,0
Skatt	9	23,0	31,1
Årets resultat		189,2	346,1
Övrigt totalresultat			
Kassaflödessäkringar – orealiserad värdeförändring		2,2	–90,3
Skatt hänförligt till poster i övrigt totalresultat		–0,6	23,8
Årets övriga totalresultat efter skatt		1,6	–66,5
Summa totalresultat		190,8	279,6

Balansräkning för moderbolaget

Belopp i MSEK	Not	2010-08-31	2009-08-31
TILLGÅNGAR			
Anläggningstillgångar			
<i>Finansiella anläggningstillgångar</i>			
Andelar i koncernföretag	26	3 143,8	3 143,8
Uppskjuten skattefordran	9	16,7	17,4
Summa finansiella anläggningstillgångar		3 160,5	3 161,2
Summa anläggningstillgångar		3 160,5	3 161,2
Omsättningstillgångar			
<i>Kortfristiga fordringar</i>			
Fordringar på koncernföretag	12	112,0	429,6
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	15	3,9	8,4
Summa kortfristiga fordringar		115,9	438,0
Summa omsättningstillgångar		115,9	438,0
Summa tillgångar		3 276,4	3 599,2
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Eget kapital			
<i>Bundet eget kapital</i>			
Aktiekapital (75 040 000 aktier á 0,14 kr)		10,7	10,7
Reservfond		205,1	205,1
Summa bundet eget kapital		215,8	215,8
<i>Fritt eget kapital</i>			
Balanserat resultat		701,2	382,7
Årets resultat		189,2	346,1
Summa fritt eget kapital		890,4	728,8
Summa eget kapital		1 106,2	944,6
Obeskattade reserver		8,0	8,0
Långfristiga skulder			
Skulder till kreditinstitut	16	2 083,1	2 559,4
Summa långfristiga skulder		2 083,1	2 559,4
Kortfristiga skulder			
Aktuell skatteskuld		7,1	7,2
Övriga skulder	19	65,6	68,2
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	20	6,4	11,8
Summa kortfristiga skulder		79,1	87,2
Summa eget kapital och skulder		3 276,4	3 599,2
Ställda säkerheter och eventalförpliktelser för moderbolaget			
MSEK	Not	2010-08-31	2009-08-31
Ställda säkerheter	24	Inga	Inga
Eventalförpliktelser	24	Inga	Inga

Förändringar i moderbolagets eget kapital

MSEK	Bundet eget kapital		Fritt eget kapital		Totalt eget kapital
	Aktie-kapital	Reserv-fond	Fond för verkligt värde	Balanserat resultat	
Ingående eget kapital 2008-09-01	10,7	205,1	17,9	668,2	901,9
Årets resultat	–	–	–	346,1	346,1
Övrigt totalresultat					
Kassaflödessäkringar	–	–	–66,5	–	–66,5
Summa övrigt totalresultat	–	–	–66,5	–	–66,5
Transaktioner med aktieägare					
Utdelning	–	–	–	–337,7	–337,7
Koncernbidrag	–	–	–	140,0	140,0
Skatt på koncernbidrag	–	–	–	–39,2	–39,2
Summa transaktioner med aktieägare	–	–	–	–236,9	–236,9
Utgående eget kapital 2009-08-31	10,7	205,1	–48,6	777,4	944,6

MSEK	Bundet eget kapital		Fritt eget kapital		Totalt eget kapital
	Aktie-kapital	Reserv-fond	Fond för verkligt värde	Balanserat resultat	
Ingående eget kapital 2009-09-01	10,7	205,1	–48,6	777,4	944,6
Årets resultat	–	–	–	189,2	189,2
Övrigt totalresultat					
Kassaflödessäkringar	–	–	1,6	–	1,6
Summa övrigt totalresultat	–	–	1,6	–	1,6
Transaktioner med aktieägare					
Utdelning	–	–	–	–93,8	–93,8
Koncernbidrag	–	–	–	87,6	87,6
Skatt på koncernbidrag	–	–	–	–23,0	–23,0
Summa transaktioner med aktieägare	–	–	–	–29,2	–29,2
Övrigt totalresultat	10,7	205,1	–46,9	937,3	1 106,2

UTVECKLING AV ANTALET AKTIER OCH AKTIEKAPITAL

	Antal aktier	Redovisat värde
2005-01-01	10 000 000	10 000 000
Nyemission januari 2005	366 000	366 000
Nyteckning av aktier december 2005	354 000	354 000
Split 7:1 januari 2006	64 320 000	–
Split 2:1 februari 2008	75 040 000	–
Inlösen 1:2 februari 2008	–75 040 000	–
Utgående värden 2010-08-31	75 040 000	10 720 000

Kassaflödesanalys för moderbolaget

Belopp i MSEK	Not	2009-09-01 2010-08-31	2008-09-01 2009-08-31
Den löpande verksamheten	27		
Resultat efter finansiella poster		166,2	323,0
Justering för poster som inte ingår i kassaflödet		1,6	-0,3
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital		167,8	322,7
Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital			
Ökning (-)/Minskning (+) av rörelsefordringar		410,0	-36,0
Ökning (+)/Minskning (-) av rörelseskulder		-7,7	6,0
Kassaflöde från den löpande verksamheten		570,1	292,7
Investeringsverksamheten			
Kassaflöde från investeringsverksamheten		-	-
Finansieringsverksamheten			
Utbetald utdelning		-93,8	-337,7
Upptagna lån		-	45,0
Minskning (-)/Ökning (+) av checkräkningskrediter		-476,3	-
Kassaflöde från finansieringsverksamheten		-570,1	-292,7
Årets kassaflöde		0,0	0,0
Likvida medel vid årets början		0,0	0,0
Likvida medel vid årets slut		0,0	0,0

Noter till de finansiella rapporterna

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

NOT 1	Redovisningsprinciper	48
NOT 2	Intäkternas fördelning	52
NOT 3	Geografisk Redovisning	52
NOT 4	Nettoomsättning	53
NOT 5	Anställda och personalkostnader	53
NOT 6	Arvode och kostnadsersättning till revisorer	55
NOT 7	Rörelsens kostnader	55
NOT 8	Finansnetto	55
NOT 9	Skatter	56
NOT 10	Immateriella anläggningstillgångar	58
NOT 11	Materiella anläggningstillgångar	59
NOT 12	Fordringar på koncernföretag	60
NOT 13	Långfristiga fordringar och övriga fordringar	60
NOT 14	Varulager	60
NOT 15	Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	60
NOT 16	Räntebärande skulder	60
NOT 17	Ersättningar till anställda	61
NOT 18	Övriga avsättningar	62
NOT 19	Övriga skulder	62
NOT 20	Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	62
NOT 21	Finansiella risker och finanspolicy	63
NOT 22	Operationell leasing	64
NOT 23	Investeringsåtaganden	64
NOT 24	Ställda säkerheter och eventalförpliktelser	65
NOT 25	Närstående	65
NOT 26	Andelar i koncernföretag	65
NOT 27	Kassaflödesanalys	66
NOT 28	Förvärv av dotterbolag	66
NOT 29	Kritiska uppskattningar och bedömningar	67
NOT 30	Uppgifter om moderbolaget	67

NOT 1 REDOVISNINGSPRINCIPER

ÖVERENSSTÄMMELSE MED NORMGIVNING OCH LAG

Koncernredovisningen har upprättats i enlighet med International Financial Reporting Standards (IFRS) utgivna av International Accounting Standards Board (IASB) samt de tolkningsuttalanden från International Financial Reporting Interpretations Committee (IFRIC) som har godkänts av EU-kommissionen för tillämpning inom EU. Även tillkommande information i enlighet med Rådet för finansiell rapportering (RFR); RFR 1.3 "Kompletterande redovisningsregler för koncerner" har beaktats.

Moderbolaget tillämpar samma redovisningsprinciper som koncernen utom i de fall som anges nedan under avsnittet "Moderbolagets redovisningsprinciper". De avvikelser som förekommer mellan moderbolagets och koncernens principer förädlas av begränsningar i möjligheterna att tillämpa IFRS i moderbolaget till följd av ÅRL och Tryggandelagen samt i vissa fall av skatteskal. Dessutom har tillämpning skett av rekommendationen RFR 2.3 "Redovisning för juridiska personer" från Rådet för finansiell rapportering.

FÖRUTSÄTTNINGAR VID UPPRÄTTANDE AV MODERBOLAGETS OCH KONCERNENS FINANSIELLA RAPPORTER

Moderbolagets funktionella valuta är svenska kronor som även utgör rapporteringsvaluta för moderbolaget och koncernen. Det innebär att de finansiella rapporterna presenteras i svenska kronor. Samtliga belopp, om inte annat anges, är avrundade med en decimal till närmaste miljontals kronor. Tillgångar och skulder är redovisade till historiska anskaffningsvärden, förutom vissa finansiella tillgångar och skulder som värderas till verkligt värde. Finansiella tillgångar och skulder som värderas till verkligt värde består av derivatinstrument, såsom ränteswapar, valutaterminer och valutaswapar.

Att upprätta de finansiella rapporterna i enlighet med IFRS kräver att företagsledningen gör bedömningar och uppskattningar samt gör antaganden som påverkar tillämpningen av redovisningsprinciperna och de redovisade beloppen av tillgångar, skulder, intäkter och kostnader. Uppskattningarna och antagandena är baserade på historiska erfarenheter och ett antal andra faktorer som under rådande förhållanden synes vara rimliga. Resultatet av dessa uppskattningar och antaganden används sedan för att bedöma de redovisade värdena på tillgångar och skulder som inte annars framgår tydligt från andra källor. Det verkliga utfallet kan avvika från dessa uppskattningar och bedömningar.

Uppskattningarna och antagandena ses över regelbundet. Ändringar av uppskattningar redovisas i den period ändringen görs om ändringen endast påverkat denna period eller i den period ändringen görs och framtida perioder om ändringen påverkar både aktuell period och framtida perioder.

Bedömningar gjorda av företagsledningen vid tillämpningen av IFRS som har en betydande inverkan på de finansiella rapporterna och uppskattningar som kan medföra väsentliga justeringar i påföljande års finansiella rapporter beskrivs närmare i not 29.

Koncernens redovisningsprinciper har tillämpats konsekvent på rapportering och konsolidering av dotterföretag.

NYA OCH ÄNDRADE REDOVISNINGSPRINCIPER

Från och med innevarande räkenskapsår tillämpar KappaAhl följande standarder; tolkningar och ändringar vilka inte haft någon väsentlig påverkan på koncernens resultat och ställning.

- IAS 1 Utformning av finansiella rapporter: Förändring gällande presentation av intäkter och kostnader som tidigare redovisades mot eget kapital. Tillämpning har skett från och med räkenskapsåret 2009/2010. Förändringen innebär främst ändrade uppställningsformer.
- IFRS 7 Finansiella instrument: upplysningar (tillägg)
Enligt tillägget skall utökade upplysningar ges om värdering till verkligt värde samt likviditetsrisk. Tillämpning har skett från och med räkenskapsåret 2009/2010.

- IFRS 8 Rörelsesegment. Standarden tillämpas från och med räkenskapsåret 2009/2010. För KappAhl's vidkommande har tillämpningen inneburit att koncernens rapporterbara segment har ändrats där, efter sammanslagning av identifierade rörelsesegment enligt IFRS 8 p 12, koncernen som helhet utgör ett rörelsesegment. Bedömningen baseras på att koncernens ledningsgrupp utgör "högsta verkställande beslutsfattare" och att det finns enbart en affärsverksamhet i form av försäljning av mode samt att ledningsgruppen är funktionellt organiserad.
- IFRS 3 Rörelseförvärv och IAS 27 Koncernredovisning (omarbetade)
Förändringen innebär att reglerna för hur rörelseförvärv skall hanteras kommer att ändras. Transaktionskostnader skall bland annat redovisas i resultaträkningen när de äger rum, de får inte aktiveras som en del av förvärvet. Det finns också en möjlighet att värdera och redovisa minoritetsintresset till verkligt värde, en metod som innebär att så kallad "full goodwill" redovisas. Förändringar i värdet av tilläggsköpeskillningar skall framgent redovisas i resultaträkningen, någon justering gentemot goodwill kan inte längre göras. I den mån som KappAhl förvärvar företag kommer det att inverka på redovisningen. Omarbetad IFRS 3 tillämpas för räkenskapsåret 2009/2010.

I övrigt är koncernens redovisningsprinciper oförändrade.

NYA STANDARDER, TOLKNINGAR OCH ÄNDRINGAR SOM UTGIVITS MEN EJ TRÄTT I KRAFT

KappAhl har bedömt att det inte finns några nya standarder, tolkningar eller ändringar som får någon väsentlig påverkan på KappAhl's redovisning.

KLASSIFICERING M.M.

Anläggningstillgångar och långfristiga skulder i moderbolaget och koncernen består i allt väsentligt enbart av belopp som förväntas återvinnas eller betalas efter mer än tolv månader räknat från balansdagen. Omsättningstillgångar och kortfristiga skulder i moderbolaget och koncernen består i allt väsentligt enbart av belopp som förväntas återvinnas eller betalas inom tolv månader räknat från balansdagen.

KONSOLIDERINGSPRINCIPER

Dotterföretag

Dotterföretag är företag som står under ett bestämmande inflytande från KappAhl AB (publ). Bestämmande inflytande innebär direkt eller indirekt en rätt att utforma ett företags finansiella och operativa strategier i syfte att erhålla ekonomiska fördelar. Dotterföretag redovisas enligt förvärvsmetoden. Metoden innebär att förvärv av ett dotterföretag betraktas som en transaktion varigenom koncernen indirekt förvärvar dotterföretagets tillgångar och övertar dess skulder och eventuellförpliktelser. Det koncernmässiga anskaffningsvärdet fastställs genom en förvärvsanalys i anslutning till rörelseförvärvet. I analysen fastställs dels anskaffningsvärdet för andelarna eller rörelsen, dels det verkliga värdet av förvärvade identifierbara tillgångar samt övertagna skulder och eventuellförpliktelser. Skillnaden mellan anskaffningsvärdet för dotterföretagsaktierna och det verkliga värdet av förvärvade tillgångar, övertagna skulder och eventuellförpliktelser redovisas som goodwill.

I det koncernmässiga anskaffningsvärdet (överförd ersättning) ingår inte transaktionskostnader, vilka tas direkt i resultaträkningen.

I det fall förutsättningar för redovisning av rörelseförvärv inte föreligger, redovisas i stället ett tillgångsförvärv med tillämpning av IFRS 3 punkt 4 och IAS 12 punkt 15.

Dotterföretags finansiella rapporter tas in i koncernredovisningen från och med förvärvstidpunkten till det datum då det bestämmande inflytandet upphör.

UTLÄNDSKVALUTA

Transaktioner i utländsk valuta

Transaktioner i utländsk valuta omräknas till den funktionella valutan till den valutakurs som föreligger på transaktionsdagen. Monetära tillgångar och skulder i utländsk valuta räknas om till den funktionella valutan till den valutakurs som föreligger på balansdagen. Valutakursdifferenser som uppstår vid omräkningarna redovisas i resultaträkningen. Icke-monetära tillgångar och skulder som redovisas till historiska anskaffningsvärden omräknas till valutakurs vid transaktionstillfället. Icke-monetära tillgångar och skulder som redovisas till verkliga värden omräknas till den funktionella valutan till den kurs som råder vid tidpunkten för värdering till verkligt värde. Valutakursförändringen redovisas sedan på samma sätt som övrig värdeförändring avseende tillgången eller skulden.

Funktionell valuta är valutan i de primära ekonomiska miljöer där de i koncernen ingående bolagen bedriver sin verksamhet. De bolag som ingår i koncernen är moderbolag och dotterföretag. Moderbolagets funktionella valuta, tillika rapporteringsvaluta, är svenska kronor. Koncernens rapporteringsvaluta är svenska kronor. Dotterbolagens funktionella valuta sammanfaller med lokal valuta i respektive land.

Utländska verksamheters finansiella rapporter

Tillgångar och skulder i utlandsverksamheter, inklusive goodwill och andra koncernmässiga över- och undervärden, omräknas till svenska kronor till den valutakurs som råder på balansdagen. Intäkter och kostnader i en utlandsverksamhet omräknas till svenska kronor till en genomsnittskurs som utgör en approximation av kurserna vid respektive transaktionstidpunkt. Omräkningsdifferenser som uppstår vid valutaomräkning av utlandsverksamheter redovisas direkt mot eget kapital som en omräkningsreserv.

Nettoinvestering i en utlandsverksamhet

Omräkningsdifferenser som uppstår i samband med omräkning av en utländsk nettoinvestering redovisas direkt i omräkningsreserven i eget kapital. Vid avyttring av en utlandsverksamhet realiseras de till verksamheten hänförliga ackumulerade omräkningsdifferenserna efter avdrag för eventuell valutasäkring i koncernens resultaträkning.

INTÄKTER

Försäljning av varor

Intäkter för försäljning av varor redovisas i resultaträkningen när väsentliga risker och förmåner som är förknippade med varornas ägande har överförts till köparen. Intäkterna redovisas till det verkliga värdet av vad som erhållits eller kommer att erhållas med avdrag för lämnade rabatter.

All försäljning sker med villkor om 30 dagars öppet köp. Intäktsredovisningen sker vid försäljningstillfället med beaktande av öppet köp.

RÖRELSEKOSTNADER OCH FINANSIELLA INTÄKTER OCH KOSTNADER

Betalningar avseende operationella leasar

Betalningar avseende operationella leasingavtal redovisas i resultaträkningen linjärt över leasingperioden. Förmåner erhållna i samband med tecknandet av ett avtal redovisas som en del av den totala leasingkostnaden i resultaträkningen.

Betalningar avseende finansiella leasar

Minimileaseavgifterna fördelas mellan räntekostnad och amortering på den utestående skulden. Räntekostnaden fördelas över leasingperioden så att varje redovisningsperiod belastas med ett belopp som motsvarar en fast räntesats för den under respektive period redovisade skulden. Variabla avgifter kostnadsförs i de perioder de uppkommer.

Finansiella intäkter och kostnader

Finansiella intäkter och kostnader består av räntointäkter på bankmedel, räntekostnader på lån och andra finansiella poster.

FINANSIELLA INSTRUMENT

Finansiella instrument värderas och redovisas i koncernen i enlighet med reglerna i IAS 39.

Finansiella instrument som redovisas i balansräkningen inkluderar på tillgångssidan kundfordringar; likvida medel samt derivat, som redovisas som långfristiga fordringar och övriga fordringar. Bland skulder och eget kapital återfinns leverantörsskulder; låneskulder (i balansräkningen räntebärande skulder samt lån finansiell leasing) samt derivat, som redovisas som övriga kortfristiga skulder.

Finansiella instrument redovisas initialt till anskaffningsvärde motsvarande instrumentets verkliga värde. Till det läggs transaktionskostnader för alla finansiella instrument utom för de som tillhör kategorin finansiell tillgång som redovisas till verkligt värde via resultaträkningen. Redovisning sker därefter beroende av hur de har klassificerats enligt nedan.

Klassificeringen beror på avsikten med förvärvet av det finansiella instrumentet. KappAhl har följande kategorier:

Kundfordringar

Kundfordringar klassificeras i egen kategori. Kundfordringar redovisas till det belopp som förväntas inflyta efter avdrag för osäkra fordringar som bedömts individuellt. Kundfordrans förväntade löptid är kort, varför värdet redovisats till nominellt belopp utan diskontering. Nedskrivningar av kundfordringar redovisas i rörelsens kostnader.

Räntebärande skulder

Finansiella skulder som inte innehas för handel värderas till upplupet anskaffningsvärde. Upplupet anskaffningsvärde bestäms utifrån den effektivränta som beräknades när skulden togs upp. Det innebär att över- och undervärden liksom direkta emissionskostnader periodiseras över skuldens löptid.

Långfristiga och övriga fordringar samt övriga kortfristiga skulder

Derivat som används för säkringsredovisning redovisas i balansräkningen under ovan rubricerade poster. Samtliga derivat redovisas till verkligt värde i balansräkningen. Värdeförändringarna redovisas i eget kapital vid säkring till verkligt värde. Vid kassaflödes-säkring redovisas värdeförändringarna i särskilda kategorier inom eget kapital i avvaktan på att den säkrade posten redovisas i resultaträkningen. Säkringsredovisning beskrivs närmare nedan.

Leverantörsskulder

Leverantörsskulder klassificeras i kategorin andra finansiella skulder. Leverantörsskulder har kort förväntad löptid och värderas utan diskontering till nominellt belopp.

DERIVAT OCH SÄKRINGSREDOVISNING

Derivatinstrument utgörs av valutaterminer, valutoptioner, valutaswapar och ränteswapar som utnyttjas för att täcka risker för valutakursförändringar och för exponering av ränterisker. Koncernens finansiella vinster och riskhantering beskrivs i not 2.1.

Transaktionsexponering – kassaflödessäkringar

Valutaexponering avseende framtida prognostiserade flöden säkras antingen genom valutatermin eller genom valutoption. Valutaterminen eller valutoptionen som skyddar det prognostiserade flödet redovisas i balansräkningen till verkligt värde. Värdeförändringarna redovisas direkt mot eget kapital i säkringsreserven till dess att det säkrade flödet träffar resultaträkningen, varvid säkringsinstrumentets ackumulerade värdeförändringar överförs till resultaträkningen för att där matcha resultateffekterna från den säkrade transaktionen. De säkrade flödena kan vara både kontrakterade och prognostiserade.

Då det säkrade framtida kassaflödet avser en transaktion som aktiveras i balansräkningen, upplöses säkringsreserven då den säkrade posten redovisas i balansräkningen. Om den säkrade posten utgör en icke-finansiell tillgång eller en icke-finansiell skuld inkluderas upplösningen från säkringsreserven i det ursprungliga anskaffningsvärdet för tillgången eller skulden.

När ett säkringsinstrument förfaller, säljs, avvecklas eller löses in, eller när företaget bryter identifieringen av säkringsrelationen innan den säkrade transaktionen inträffat och den prognostiserade transaktionen fortfarande förväntas inträffa, kvarstår den redovisade ackumulerade vinsten eller förlusten i säkringsreserven i eget kapital och redovisas på motsvarande sätt som ovan när transaktionen inträffar. Om den säkrade transaktion inte längre förväntas inträffa, upplöses säkringsinstrumentets ackumulerade vinster eller förluster omedelbart mot resultaträkningen.

Säkring av koncernens räntebindning – kassaflödessäkringar

För säkring av ränterisk används ränteswapar. Ränteswaparna värderas till verkligt värde i balansräkningen. I resultaträkningen redovisas räntekupongdelen löpande som ränteutäkt eller räntekostnad och övrig värdeförändring av ränteswapen redovisas direkt mot säkringsreserven i eget kapital så länge som kriterierna för säkringsredovisning och effektivitet är uppfyllda.

MATERIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR

Ägda tillgångar

Materiella anläggningstillgångar redovisas som tillgång i balansräkningen om det är sannolikt att framtida ekonomiska fördelar kommer att komma bolaget till del och anskaffningsvärdet för tillgången kan beräknas på ett tillförlitligt sätt.

Materiella anläggningstillgångar redovisas i koncernen till anskaffningsvärde efter avdrag för ackumulerade avskrivningar och eventuella nedskrivningar. I anskaffningsvärdet ingår inköpspriset samt kostnader direkt hänförliga till tillgången för att bringa den på plats och i skick för att utnyttjas i enlighet med syftet med anskaffningen.

Leasade tillgångar

Leasing klassificeras i koncernredovisningen antingen som finansiell eller operationell leasing. Finansiell leasing föreligger då de ekonomiska riskerna och förmånerna som är förknippade med ägandet i allt väsentligt är överförda till leasetagaren, om så inte är fallet är det fråga om operationell leasing.

Tillgångar som förhyrs enligt finansiella leasingavtal har redovisats som tillgång i koncernens balansräkning. Förpliktelsen att betala framtida leasingavgifter har redovisats som lång- och kortfristiga skulder. De leasade tillgångarna avskrivs enligt plan medan leasingbetalningarna redovisas som ränta och amortering av skulderna.

Lånekostnader

Från och med 1 september 2009 tillämpas IAS 23 (reviderad) vilket innebär att lånekostnader för anskaffning av kvalificerade anläggningstillgångar aktiveras.

Avskrivningsprinciper

Avskrivning sker linjärt över tillgångens beräknade nyttjandeperiod.

Beräknade nyttjandeperioder;

– byggnader, distributionscentral och huvudkontor	50 år
– inventarier, verktyg och installationer	3–10 år

Bedömning av en tillgångs restvärde och nyttjandeperiod görs årligen.

IMMATERIELLA TILLGÅNGAR

Goodwill

Goodwill representerar skillnaden mellan anskaffningsvärdet för rörelseförvärvet och det verkliga värdet av förvärvade tillgångar, övertagna skulder samt eventualförluster.

Goodwill värderas till anskaffningsvärde minus eventuella ackumulerade nedskrivningar. Goodwill fördelas till kassagenererande enheter och skrivs inte av utan testas årligen för nedskrivningsbehov.

Programvara

Dataprogram som förvärvats av KappAhl är redovisade till anskaffningsvärden minus ackumulerade avskrivningar och nedskrivningar.

Varumärke

Varumärke som förvärvats av KappAhl är redovisade till anskaffningsvärden minus ackumulerade nedskrivningar. Varumärket KappAhl har funnits i drygt 50 år och successivt stärkts under årens lopp, först genom en spridning i Sverige och senare genom en spridning i nya länder. Bolaget har under många år sett en utveckling där den typ av kedjekoncept som KappAhl representerar ökar sina marknadsandelar. Utifrån KappAhls egen utveckling och den generella marknadsutvecklingen kan det förväntas att varumärket kommer att bestå under en lång tid framöver varför varumärket bedöms ha en obestämbar nyttjandeperiod. Varumärket skrivs inte av utan testas årligen för nedskrivningsbehov.

Hyresrätter

Hyresrätter avseende butikslokalerna är redovisade till anskaffningsvärden och bedöms ha en nyttjandeperiod om 5 år.

Avskrivning

Avskrivningar redovisas i resultaträkningen linjärt över immateriella tillgångars beräknade nyttjandeperioder; såvida inte sådana nyttjandeperioder är obestämbara. Goodwill och varumärken har en obestämbar nyttjandeperiod och provas för nedskrivningsbehov årligen eller så snart indikationer uppkommer som tyder på att tillgången ifråga har minskat i värde. Avskrivningsbara immateriella tillgångar skrivs av från det datum då de är tillgängliga för användning. De beräknade nyttjandeperioderna är:

– programvara	3 år
– hyresrätter	5 år

VARULAGER

Varulager värderas till det lägsta av anskaffningsvärdet och nettoförsäljningsvärdet. Nettoförsäljningsvärdet är det uppskattade försäljningspriset i den löpande verksamheten, efter avdrag för uppskattade kostnader för färdigställande och för att åstadkomma en försäljning.

Anskaffningsvärdet för varulager beräknas genom tillämpning av först in, först ut metoden (FIFU) och inkluderar utgifter som uppkommit vid förvärvet av lagertillgångarna och transport av dem till deras nuvarande plats.

LIKVIDA MEDEL

Likvida medel består av kassamedel samt omedelbart tillgängliga tillgodohavanden hos banker och motsvarande institut samt kortfristiga likvida placeringar med en löptid från anskaffningstidpunkten understigande tre månader vilka är utsatta för endast en obetydlig risk för värdefluktuationer.

NEDSKRIVNINGAR

De redovisade värdena för koncernens tillgångar – med undantag för varulager, förvaltningsstillgångar som används för finansiering av ersättningar till anställda och uppskjutna skattefordringar – provas vid varje balansdag för att bedöma om det finns indikation på nedskrivningsbehov. Om någon sådan indikation finns beräknas tillgångens återvinningsvärde. För undantagna tillgångar enligt ovan provas värderingen enligt respektive standard.

För goodwill och varumärken med en obestämbar nyttjandeperiod och immateriella tillgångar som ännu ej är färdiga för användning beräknas återvinningsvärdet årligen.

Om det inte går att fastställa väsentligen oberoende kassaflöden till en enskild tillgång grupperas vid prövning av nedskrivningsbehov tillgångarna till den lägsta nivå där det går att identifiera väsentligen oberoende kassaflöden. En nedskrivning redovisas när en tillgångs- eller kassagenererande enhets redovisade värde överstiger återvinningsvärdet. En nedskrivning belastar resultaträkningen. Nedskrivning av tillgångar hänförliga till en kassagenererande enhet fördelas i första hand till goodwill. Därefter görs en proportionell nedskrivning av övriga tillgångar som ingår i enheten. Nedskrivningsprövning av goodwill har baserats på koncernens segment som bedöms vara lägsta kassagenererande enhet.

Goodwill och varumärke uppkom i samband med förvärvet av KappAhl AB koncernen i december 2004.

ERSÄTTNINGAR TILL ANSTÄLLDA

Avgiftsbestämda planer

Förpliktelser avseende avgifter till avgiftsbestämda planer redovisas som en kostnad i resultaträkningen när de uppstår.

Förmånsbestämda planer

Koncernens nettoförpliktelse avseende förmånsbestämda planer beräknas separat för varje plan genom en uppskattning av den framtida ersättning som de anställda intjänat genom sin anställning i både innevarande och tidigare perioder; denna ersättning diskonteras till ett nuvärde och det verkliga värdet på eventuella förvaltningsstillgångar dras av.

Diskonteringsräntan är räntan på balansdagen på en förstklassig företagsobligation med en löptid som motsvarar koncernens pensionsförpliktelser. När det inte finns en aktiv marknad för sådana företagsobligationer används istället marknadsräntan på statsobligationer med en motsvarande löptid. Från och med 2009/2010 används en diskonteringsränta som är baserad på företagsobligationsmarknaden för KappAhl Sverige AB och en diskonteringsränta baserad på statslåneräntan för KappAhl AS. Beräkningen utförs av en kvalificerad aktuarie med användande av den så kallade projected unit credit method.

När ersättningarna i en plan förbättras, redovisas den andel av den ökade ersättningen som hänförs till de anställdas tjänstgöring under tidigare perioder som en kostnad i resultaträkningen linjärt fördelad över den genomsnittliga perioden tills ersättningarna helt är intjänade. Om ersättningen är fullt ut intjänad redovisas en kostnad i resultaträkningen direkt eftersom dotterkoncernens pensionsförpliktelser ingår i koncernen från förvärvstillfället den 31 december 2004.

För aktuariella vinster och förluster som uppkommer vid beräkningen av koncernens förpliktelser för olika planer redovisas dessa i sin helhet i Övrigt totalresultat. När det finns en skillnad mellan hur pensionskostnaden fastställs i juridisk person och koncern redovisas en avsättning eller fordran avseende särskild löneskatt baserat på denna skillnad. Avsättningen eller fordran nuvärdesberäknas inte.

AVSÄTTNINGAR

En avsättning redovisas i balansräkningen när koncernen har en befintlig legal eller informell förpliktelse som en följd av en inträffad händelse och då det är troligt att ett

utflöde av ekonomiska resurser kommer att krävas för att reglera förpliktelsen samt en tillförlitlig uppskattning av beloppet kan göras. Om det är av väsentlig betydelse när i tiden betalningen sker beräknas avsättningar genom diskontering av det förväntade framtida kassaflödet till en räntesats före skatt som återspeglar aktuella marknadsbedömningar av pengars tidsvärde och om så är tillämpligt – de risker som är förknippade med skulden.

Avveckling av butiker

Avsättning sker för åtgärder, vilka huvudsakligen omfattar kostnader i samband med avveckling.

Öppet köp

Avsättning sker för returer och reklamationer vid utnyttjande av öppet köp. Avsättningen baseras på försäljningsstatistik och en bedömning av framtida reklamationer och returer, och sker i samma period som försäljningen.

SEGMENTSREDOVISNING

Från och med räkenskapsåret 2009/2010 tillämpas IFRS 8 - Rörelsesegment samt ändringarna i IAS 1 - Utformning av finansiella rapporter vilka trädde i kraft för räkenskapsår som inleds efter 1 januari 2009. För KappAhls vidkommande har tillämpningen av IFRS 8 inneburit att koncernens rapporterbara segment har ändrats där, efter sammanslagning av identifierade rörelsesegment enligt IFRS 8 p 12, koncernen som helhet utgör ett rörelsesegment.

Bedömningen baseras på att koncernens ledningsgrupp utgör "högsta verkställede beslutsfattare". Bolagets affärsverksamhet utgörs i sin helhet av försäljning av mode på i huvudsak liknande geografiska marknader. Verksamheten har koncerngemensam integrerad inköp- logistikfunktion. Den finansiella rapporteringen utgår från en koncerngemensam funktionell organisations- och ledningsstruktur.

SKATTER

Inkomstskatter utgörs av aktuell skatt och uppskjuten skatt. Inkomstskatter redovisas i resultaträkningen utom då underliggande transaktion redovisas direkt mot eget kapital varvid tillhörande skatteeffekt redovisas i eget kapital.

Aktuell skatt är skatt som ska betalas eller erhållas avseende aktuellt år, med tillämpning av de skattesatser som är beslutade eller i praktiken beslutade per balansdagen, hit hör även justering av aktuell skatt hänförlig till tidigare perioder.

Uppskjuten skatt beräknas enligt balansräkningsmetoden med utgångspunkt i temporära skillnader mellan redovisade och skattemässiga värden på tillgångar och skulder. Följande temporära skillnader beaktas inte; för temporär skillnad som uppkommit vid första redovisningen av goodwill, första redovisningen av tillgångar och skulder som inte är rörelseförvärv och vid tidpunkten för transaktionen inte påverkar vare sig redovisat eller skattepliktig resultat. Vidare beaktas heller inte temporära skillnader hänförliga till andelar i dotterföretag som inte förväntas bli återförda inom överskådlig framtid. Värderingen av uppskjuten skatt baserar sig på hur redovisade värden på tillgångar eller skulder förväntas bli realiserade eller reglerade. Uppskjuten skatt beräknas med tillämpning av de skattesatser och skatteregler som är beslutade eller i praktiken beslutade per balansdagen.

Uppskjutna skattefordringar avseende avdragsgilla temporära skillnader och underskottsavdrag redovisas endast i den mån det är sannolikt att dessa kommer att kunna utnyttjas. Värdet på uppskjutna skattefordringar reduceras när det inte längre bedöms sannolikt att de kan utnyttjas.

MODERBOLAGETS REDOVISNINGSPRINCIPER

Moderbolaget har upprättat sin årsredovisning enligt Årsredovisningslagen (1995:1554, ÅRL) och RFR 2.3 Redovisning för juridiska personer från Rådet för finansiell rapportering. RFR 2.3 innebär att moderbolaget i årsredovisningen för den juridiska personen ska tillämpa samtliga av EU godkända IFRS och uttalanden så långt detta är möjligt inom ramen för Årsredovisningslagen och Tryggandelagen, på grund av hänsyn till sambandet mellan redovisning och beskattning. Rekommendationen anger vilka undantag och tillägg som ska göras från IFRS. Skillnaderna mellan koncernens och moderbolagets redovisningsprinciper framgår nedan.

Bolaget har med hänsyn till sambandet mellan redovisning och beskattning valt att tillämpa ÅRL 4 kap 14 § a–e som tillåter värdering av vissa finansiella instrument till verkliga värden, istället för tillämpning av IAS 39. För moderbolaget avser detta ränteswapar.

De nedan angivna redovisningsprinciperna för moderbolaget har tillämpats konsekvent på samtliga perioder som presenteras i moderbolagets finansiella rapporter och är oförändrade jämfört med föregående år.

Skatter

I moderbolaget redovisas obeskattade reserver inklusive uppskjuten skatteskuld. I koncernredovisningen delas däremot obeskattade reserver upp på uppskjuten skatteskuld och eget kapital.

Koncernbidrag och aktieägartillskott för juridiska personer

KappaAhl redovisar koncernbidrag i enlighet med uttalandet från Rådet för finansiell rapportering, UFR 2. Koncernbidrag redovisas enligt ekonomisk innebörd. Det innebär att koncernbidrag som lämnats i syfte att minimera koncernens totala skatt redovisas direkt mot balanserade vinstmedel efter avdrag för dess aktuella skatteeffekt.

NOT 2 INTÄKTERNAS FÖRDELNING

Nettoomsättningen i koncernen består i sin helhet av varuförsäljning.

NOT 3 GEOGRAFISK REDOVISNING

Geografiska områden

Noten är indelad i två geografiska områden: Norden och Övrigt samt koncerngemensamma funktioner. Med begreppet Norden avses Sverige, Norge och Finland varvid Övrigt omfattar Polen och Tjeckien. Samma typ av verksamhet bedrivs inom de olika geografiska områdena, dvs. försäljning av prisvärt mode för många människor.

	Norden		Övriga		Koncerngemensamma poster		Elimineringar		Koncernen	
Koncernen MSEK	2009-09-01 2010-08-31	2008-09-01 2009-08-31	2009-09-01 2010-08-31	2008-09-01 2009-08-31	2009-09-01 2010-08-31	2008-09-01 2009-08-31	2009-09-01 2010-08-31	2008-09-01 2009-08-31	2009-09-01 2010-08-31	2008-09-01 2009-08-31
Omsättning	4 773,2	4 592,8	337,5	273,6	–	–	–	–	5 110,7	4 866,4
Rörelseresultat per område	755,4	688,8	–32,1	0,2	–172,1	–162,6	–	–	551,2	526,4
Tillgångar	1 690,8	1 793,9	206,7	166,7	–	–	–	–	1 897,5	1 960,6
Ofördelade tillgångar	–	–	–	–	–	–	1 461,9	1 392,8	1 461,9	1 392,8
Summa tillgångar	1 690,8	1 793,9	206,7	166,7	–	–	1 461,9	1 392,8	3 359,4	3 353,4
Skulder	720,9	888,9	28,5	22,9	–	–	–	–	749,4	911,8
Ofördelade skulder	–	–	–	–	–	–	1 867,3	2 062,2	1 867,3	2 062,2
Summa skulder	720,9	888,9	28,5	22,9	–	–	1 867,3	2 062,2	2 616,7	2 974,0
Investeringar	132,3	193,3	45,5	68,1	–	–	–	–	177,8	261,4
Ofördelade investeringar	–	–	–	–	–	–	–	–1,0	–	–1,0
Summa investeringar	132,3	193,3	45,5	68,1	–	–	–	–1,0	177,8	260,4

NOT 4 NETTOOMSÄTTNING

Nettoomsättning per geografisk marknad

Koncernen MSEK	2009-09-01 2010-08-31	2008-09-01 2009-08-31
Sverige	2 695,6	2 571,6
Norge	1 419,5	1 356,9
Finland	658,1	664,3
Polen	330,9	273,6
Tjeckien	6,6	–
Summa	5 110,7	4 866,4

NOT 5 ANSTÄLLDA OCH PERSONALKOSTNADER

Medelantalet anställda

	2009-09-01 2010-08-31	Varav män	2008-09-01 2009-08-31	Varav män
Moderbolaget				
Sverige	8	37,5 %	8	37,5 %
Totalt moderbolaget	8	37,5 %	8	37,5 %
Dotterföretag				
Sverige	1 585	13,4 %	1 565	12,4 %
Norge	634	3,1 %	603	4,7 %
Finland	352	2,3 %	337	2,3 %
Polen	290	9,0 %	229	6,8 %
Tjeckien	13	15,4 %	–	–
Asien	158	43,0 %	145	45,1 %
Totalt i dotterföretag	3 032	11,1 %	2 879	10,6 %
Koncernen totalt	3 040	11,2 %	2 887	10,7 %

Könsfördelning i företagsledningen

	2010-08-31 Andel kvinnor	2009-08-31 Andel kvinnor
Moderbolaget		
Styrelsen	66,7 %	66,7 %
Övriga ledande befattningshavare	62,5 %	62,5 %
Koncernen totalt		
Styrelsen	66,7 %	66,7 %
Övriga ledande befattningshavare	62,5 %	62,5 %

forts. not 5

Löner, andra ersättningar och sociala kostnader

MSEK	2009-09-01–2010-08-31		2008-09-01–2009-08-31	
	Löner och ersättningar	Sociala kostnader	Löner och ersättningar	Sociala kostnader
Moderbolaget	15,8	8,8	15,7	8,7
(varav pensionskostnad)		1,9		2,0*
Dotterföretag	867,6	210,4	813,5	244,8
(varav pensionskostnad)		44,2		46,4
Koncernen totalt	883,4	219,2	829,2	253,5
(varav pensionskostnad)		46,1		48,4*

* Av koncernens pensionskostnader avser 1,5 (1,3) MSEK gruppen styrelse och VD. För total sammanställning över ersättningar och övriga förmåner till styrelse och VD samt ledningsgruppen se nedan.

Löner och andra ersättningar fördelade per land och mellan styrelseledamöter med flera samt övriga anställda

MSEK	2009-09-01–2010-08-31		2008-09-01–2009-08-31	
	Styrelse och VD	Övriga anställda	Styrelse och VD	Övriga anställda
Moderbolaget				
Sverige	6,0	9,8	5,7	10,0
(varav tantiem o.d.)	–	–	–	–
Moderbolaget totalt	6,0	9,8	5,7	10,0
(varav tantiem o.d.)	–	–	–	–
Dotterföretag i Sverige	0,4	487,1	0,1	460,3
(varav tantiem o.d.)	–	2,9	–	1,1
Dotterföretag utomlands				
Norge	2,5	235,7	1,9	217,5
(varav tantiem o.d.)	–	–	–	–
Finland	1,8	87,6	1,9	89,5
(varav tantiem o.d.)	–	–	–	–
Polen	0,8	27,5	0,7	22,6
(varav tantiem o.d.)	–	–	–	–
Tjeckien	0,5	0,6	–	–
(varav tantiem o.d.)	–	–	–	–
Asien	1,9	21,2	2,0	17,0
(varav tantiem o.d.)	–	–	–	–
Dotterföretag totalt	7,9	859,7	6,6	806,9
(varav tantiem o.d.)	–	2,9	–	1,1
Koncernen totalt	13,9	869,5	12,3	816,9
(varav tantiem o.d.)	–	2,9	–	1,1

Av de löner och ersättningar som lämnats till övriga anställda i koncernen avser 10 (10) MSEK andra ledande befattningshavare än styrelse och VD.

Avgångsvederlag

Vid uppsägning från arbetsgivarens sida har ledande befattningshavare avtal om oförändrad lön under 6 månader. Pensionsförmånerna bygger på allmän pensionsplan från 65 år.

Anställningsvillkor verkställande direktör

Vid uppsägning från arbetsgivarens sida har verkställande direktören avtal om oförändrad lön under 6 månader. Pensionsförmånerna bygger på allmän pensionsplan från 60 år.

Sjukfrånvaro i KappAhl AB (publ)

Moderbolaget KappAhl AB (publ) har i medeltal haft 8 anställda under perioden. Bolaget har inte haft någon sjukfrånvaro under räkenskapsåret. Föregående räkenskapsår hade moderbolaget 8 anställda.

Övrigt

För information om bland annat ersättningar till anställda efter avslutad anställning och aktierelaterade ersättningar, se not 18.

forts. not 5

Ledande befattningshavares förmåner
Ersättningar och övriga förmåner under året

MSEK	2009-09-01–2010-08-31				2008-09-01–2009-08-31			
	Grundlön styrelse- arvode	Rörlig ersättning	Pensions- kostnad	Summa	Grundlön styrelse- arvode	Rörlig ersättning	Pensions- kostnad	Summa
Styrelsens ordf. Finn Johnsson	0,5	–	–	0,5	0,5	–	–	0,5
Styrelseledamot Amelia Adamo	0,2	–	–	0,2	0,2	–	–	0,2
Styrelseledamot Paul Frankenius	0,5	–	0,1	0,6	0,4	–	–	0,4
Styrelseledamot Jan Samuelson	0,3	–	–	0,3	0,3	–	–	0,3
Styrelseledamot Pernilla Ström	0,3	–	–	0,3	0,3	–	–	0,3
Övriga (5 ledamöter)	0,1	–	–	0,1	0,1	–	–	0,1
VD	4,1	–	1,4	5,5	3,9	–	1,3	5,2
Ledningsgruppen (7 personer)	9,8	–	2,3	12,1	10,0	–	2,2	12,2
Summa	15,8	–	3,8	19,6	15,7	–	3,5	19,2

NOT 6

ARVODE OCH KOSTNADERSÄTTNING TILL
REVISORER

MSEK	Koncernen		Moderbolaget	
	09-09-01 10-08-31	08-09-01 09-08-31	09-09-01 10-08-31	08-09-01 09-08-31
PricewaterhouseCoopers AB				
Revisionsuppdrag	1,3	1,8	0,4	0,3
Skatterådgivning	0,9	0,8	–	0,1
Övriga tjänster	0,5	0,6	–	0,1

Med revisionsuppdrag avses granskning av årsredovisningen och bokföringen samt styrelsens och verkställande direktörens förvaltning, övriga arbetsuppgifter som det ankommer på bolagets revisor att utföra samt rådgivning eller annat biträde som för-
anleds av iakttagelser vid sådan granskning eller genomförandet av sådana övriga
arbetsuppgifter. Med skatterådgivning avses rådgivning relaterat till skatter, moms och
personalbeskattning. Allt annat är andra uppdrag.

NOT 7

RÖRELSENS KOSTNADER

Koncernen MSEK	2009-09-01 2010-08-31	2008-09-01 2009-08-31
Råvaror och förnödenheter	1 922,7	1 874,3
Personalkostnader	1 120,4	1 075,5
Avskrivningar	234,0	233,7
Övriga rörelsekostnader	1 282,4	1 156,6
Summa	4 559,5	4 340,1

NOT 8

FINANSNETTO

Koncernen	2009-09-01 2010-08-31	2008-09-01 2009-08-31
MSEK		
Ränteutgifter	1,1	1,0
Finansiella intäkter	1,1	1,0
Räntekostnader	–89,1	–84,4
Finansiella kostnader	–89,1	–84,4
Finansnetto	–88,0	–83,4

Moderbolaget	2009-09-01 2010-08-31	2008-09-01 2009-08-31
MSEK		
Utdelning från dotterbolag	253,9	426,1
Resultat från andelar i dotterbolag	253,9	426,1
Ränteutgifter	–	4,9
Ränteutgifter	–	4,9
Räntekostnad	–78,7	–98,1
Räntekostnader och liknande resultatposter	–78,7	–98,1
Finansnetto	175,2	332,9

Redovisad i resultaträkningen

Koncernen MSEK	2009-09-01 2010-08-31	2008-09-01 2009-08-31
Aktuell skattekostnad (-)		
Periodens skattekostnad	-111,6	-103,4
Justering av skatt hänförlig till tidigare år	-6,9	1,4
Uppskjuten skattekostnad (-)/skatteintäkt (+)		
Förändring i uppskjuten skatt pga ändrad skattesats	-	-3,7
Uppskjuten skatt avseende temporära skillnader	-25,1	-21,2
Uppskjuten skatt i förändring i underskottsavdrag	82,4	-0,5
Totalt redovisad skatt i koncernen	-61,2	-127,4
Redovisad skatt i övrigt totalresultat		
Kassaflödessäkringar – orealiserade värdetförändring	-14,5	38,8
Aktuariella vinster/förluster inkl. sociala avgifter	-7,9	3,7
Summa redovisad skatt i övrigt totalresultat	-22,4	42,5

Moderbolaget MSEK	2009-09-01 2010-08-31	2008-09-01 2009-08-31
Aktuell skatteintäkt (+)		
Periodens skatteintäkt	23,0	32,0
Uppskjuten skattekostnad (-)/skatteintäkt (+)		
Uppskjuten skatt till följd av under året aktiverat skattevärde i underskottsavdrag	-	-0,9
Totalt redovisad skatt i moderbolaget	23,0	31,1

Avstämning av effektiv skatt

Koncernen MSEK	2009-09-01 2010-08-31 (%)	2009-09-01 2010-08-31 (%)	2008-09-01 2009-08-31 (%)	2008-09-01 2009-08-31 (%)
Resultat före skatt		463,2		442,9
Skatt enligt gällande skattesats för moderbolaget	-26,3	-121,8	-28,0	-124,0
Effekt av andra skattesatser för utländska dotterföretag	-1,6	-7,3	-0,8	-3,7
Ej avdragsgilla kostnader	-1,5	-7,1	-1,2	-5,5
Ej skattepliktiga intäkter	-	-	2,0	9,0
Omvärdering av förvärvade underskottsavdrag	18,3	84,9	-	-
Underskott för vilka underskottsavdrag ej redovisats	-0,6	-3,0	-	-
Justering av aktuell skatt tidigare perioder	-1,5	-6,9	-	-
Effekt av ändrad skattesats i Sverige	-	-	-0,8	-3,7
Övrigt	-	-	0,1	0,5
Redovisad effektiv skatt	-13,2	-61,2	-28,7	-127,4

Moderbolaget MSEK	2009-09-01 2010-08-31 (%)	2009-09-01 2010-08-31 (%)	2008-09-01 2009-08-31 (%)	2008-09-01 2009-08-31 (%)
Resultat före skatt		166,2		315,0
Skatt enligt gällande skattesats för moderbolaget	-26,3	-43,7	-28,0	-88,2
Utdelning på aktier, ej skattepliktig	40,1	66,7	37,9	119,3
Redovisad effektiv skatt	13,8	23,0	9,9	31,1

forts. not 9

Redovisad i balansräkningen

Uppskjutna skattefordringar och -skulder

Koncernen MSEK	Netto	
	2010-08-31	2009-08-31
Överavskrivningar fastigheter, maskiner och inventarier	-21,4	-24,9
Obeskattade reserver	-96,2	-80,7
Varumärke	-160,2	-158,6
Avsättningar	-9,6	-9,8
Övriga skattepliktiga temporära skillnader	-18,0	-6,3
Uppskjuten skatteskuld	305,4	-280,3
Marknadsvärdering av derivat	16,7	17,4
Avsättningar	—	2,7
Skattemässiga underskottsavdrag	364,3	278,0
Övriga avdragsgilla temporära skillnader	62,4	62,8
Uppskjuten skattefordran	443,4	360,9

Av de balansförda skattemässiga underskottsavdragen på totalt 364 MSEK uppstod största delen under 2006/2007 i samband med förvärv av två bolag innehållande skattemässiga underskott. Därav är skattemässiga underskott om totalt 287 MSEK spärrade för koncernbidrag och kan inte utnyttjas förrän räkenskapsåret 2012/2013. De skattemässiga förlustavdragen förväntas utnyttjas i sin helhet mot bedömda framtida genererade skattemässiga överskott, vilket motiverar värderingen av förlustavdragen i balansräkningen.

Moderbolaget MSEK	Uppskjuten skattefordran		Uppskjuten skatteskuld		Netto	
	2010-08-31	2009-08-31	2010-08-31	2009-08-31	2010-08-31	2009-08-31
Derivat för säkringsredovisning	16,7	17,4	—	—	16,7	17,4
Uppskjuten skattefordran/uppskjuten skatteskuld	16,7	17,4	—	—	16,7	17,4
Kvittning	—	—	—	—	—	—
Skattefordringar/-skulder, netto	16,7	17,4	—	—	16,7	17,4

Moderbolagets förändring mellan åren har redovisats som uppskjuten skattekostnad/intäkt.

NOT 10**IMMATERIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR**

Koncernen MSEK	Programvara	Varumärke	Hysesrätter	Goodwill	Totalt
Anskaffningsvärden					
Ingående balans 2008-09-01	111,9	610,1	46,2	695,8	1 464,0
Övriga investeringar	9,0	0,3	2,6	–	11,9
Avyttringar	–3,2	–	–	–	–3,2
Utgående balans 2009-08-31	117,7	610,4	48,8	695,8	1 472,7
Ingående balans 2009-09-01	117,7	610,4	48,8	695,8	1 472,7
Övriga investeringar	0,6	0,2	–	–	0,4
Avyttringar	–6,4	–0,4	–	–	–6,7
Utgående balans 2010-08-31	111,7	610,2	48,8	695,8	1 466,4
Av- och nedskrivningar					
Ingående balans 2008-09-01	–89,4	–	–30,9	–	–120,3
Årets avskrivningar	–10,3	–	–5,0	–	–15,3
Avyttringar	3,2	–	–	–	3,2
Utgående balans 2009-08-31	–96,5	–	–35,9	–	–132,4
Ingående balans 2009-09-01	–96,5	–	–35,9	–	–132,4
Årets avskrivningar	–6,8	–	–4,9	–	–11,5
Avyttringar	6,5	–	–	–	6,4
Utgående balans 2010-08-31	–96,7	–	–40,8	–	–137,5
Redovisade värden					
Per 2009-08-31	21,2	610,4	12,9	695,8	1 340,3
Per 2010-08-31	15,0	610,2	8,0	695,8	1 329,0

Avskrivningar

Avskrivningar ingår i följande rader i resultaträkningen

MSEK	Koncernen		Moderbolaget	
	2010	2009	2010	2009
Kostnad sålda varor	–1,3	–1,5	–	–
Administrationskostnader	–10,2	–13,8	–	–
Summa	–11,5	–15,3	–	–

**Nedskrivningsprövningar för kassagenererande enheter
innehållande goodwill och varumärken**

Nedskrivningsprövning har skett för koncernen, vilken bedöms vara den kassagenererande enheten.

Koncernen har betydande redovisade värden avseende goodwill och varumärke, se ovan, och de båda posternas återvinningsvärden baseras på samma viktiga antaganden.

Nedskrivningsprövningen baserades på beräkning av framtida nyttjandevärde. Beräkningen bygger på kassaflödesprognoser för fyra år och därefter på ett evigt flöde

i och med att de för dessa tillgångar inte går att fastställa en begränsad nyttjandeperiod. De kassaflöden som prognostiserats efter de första fyra åren har baserats på en årlig tillväxttakt om 2 procent, vilket motsvarar den långsiktiga tillväxttakten på enhetens marknader. De prognostiserade kassaflödena har nuvärdeberäknats med en diskonteringsränta på 5,6 procent efter skatt. Antaganden som är viktiga i nedskrivningsprövningen beskrivs i uppställningen nedan.

forts. not 10

Viktiga variabler	Metod för att skatta värden
Marknadsandel och -tillväxt	Efterfrågan på dessa mogna produkter har historiskt följt konjunkturutvecklingen. Aktuell marknadsandel har antagits för framtida perioder avseende befintliga butiker. Som en naturlig del av företagets värde på goodwill och varumärke ingår även att företaget öppnar nya butiker. Prognosen överensstämmer med tidigare erfarenheter och externa informationskällor.
Bruttomarginaler	Bruttomarginalen har av försiktighetsskäl sänkts något jämfört med nuvarande nivå även om ambitionen är att det inte ska inträffa. Prognosen överensstämmer med tidigare erfarenheter.
Omkostnader	Omkostnaderna förväntas växa med omsättningen förutom vissa gemensamma kostnader som förväntas växa med inflationen. Prognosen överensstämmer med tidigare erfarenheter.

Företagsledningen bedömer att rimligt möjliga förändringar i antagna variabler – om än viktiga variabler i beräkningarna – inte skulle ha så stora effekter att de var och en för sig skulle reducera återvinningsvärdet till ett värde som är lägre än det redovisade värdet.

För att stödja den nedskrivningsprövning som gjorts av goodwill och varumärken i koncernen har en övergripande analys gjorts av känsligheten i de variabler som

använts i modellen. Ett antagande om en försämring av den årliga tillväxten, ned till 0 procent, i kombination med en höjning av diskonteringsräntan med två procentenheter påvisar ändå att en mycket god marginal finns mellan återvinningsvärde och redovisade värden.

NOT II MATERIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR

Koncernen MSEK	Byggnader och mark	Inventarier, verktyg och installationer	Totalt
Anskaffningsvärde			
Ingående balans 2008-09-01	462,0	1 787,3	2 249,3
Årets anskaffningar	–	249,5	249,5
Förvärv	–	–	–
Avyttringar	–	–66,8	–66,8
Valutakursdifferenser	–	–2,7	–2,7
Utgående balans 2009-08-31	462,0	1 967,3	2 429,3
Ingående balans 2009-09-01	462,0	1 967,3	2 429,3
Årets anskaffningar	4,0	173,3	177,3
Avyttringar	–	–47,2	–47,2
Valutakursdifferenser	–	–28,7	–28,7
Utgående balans 2010-08-31	466,0	2 064,7	2 530,7
Av- och nedskrivningar			
Ingående balans 2009-09-01	–1,9	–1 215,6	–1 217,5
Årets avskrivningar	–7,4	–210,7	–218,1
Avyttringar	–	66,1	66,1
Valutakursdifferenser	–	0,3	0,3
Utgående balans 2009-08-31	–9,3	–1 359,9	–1 369,2
Ingående balans 2009-09-01	–9,3	–1 359,9	–1 369,2
Årets avskrivningar	–8,2	–214,3	–222,5
Avyttringar	–	46,8	46,8
Valutakursdifferenser	–	20,6	20,6
Utgående balans 2010-08-31	–17,5	–1 506,8	–1 524,3
Redovisade värden			
Per 2009-08-31	452,7	607,4	1 060,1
Per 2010-08-31	448,5	557,9	1 006,4

Redovisade värden	2010-08-31	2009-08-31
Byggnader	359,0	363,2
Mark	89,5	89,5
Summa	448,5	452,7

Taxeringsvärden

Kusken 5 Markvärde: 4 MSEK Byggnadsvärde: 0

Taxeringsvärde: 4 MSEK

Hästägaren 3 Markvärde: 24 MSEK Byggnadsvärde: 131 MSEK

Taxeringsvärde: 155 MSEK

Avskrivningar

Avskrivningar ingår i följande rader i resultaträkningen

MSEK	Koncernen		Moderbolaget	
	09-09-01 10-08-31	08-09-01 09-08-31	09-09-01 10-08-31	08-09-01 09-08-31
Kostnad sålda varor	–11,6	–16,0	–	–
Administrationskostnader	–7,9	–2,4	–	–
Försäljningskostnader	–203,0	–199,7	–	–
Summa	–222,5	–218,1	–	–

NOT 12 FORDRINGAR PÅ KONCERNFÖRETAG

Moderbolaget	Fordringar på koncernföretag	
MSEK	2010-08-31	2009-08-31
Akkumulerade anskaffningsvärden		
Vid årets början	429,6	258,9
Koncernbidrag	87,6	140,0
Erhållen utdelning	253,9	426,1
Reglering av mellanhavanden	-659,1	-395,4
Utgående balans	112,0	429,6

NOT 13 LÅNGFRISTIGA FORDRINGAR OCH ÖVRIGA FORDRINGAR

Koncernen	2010-08-31	2009-08-31
MSEK		
Långfristiga fordringar som är anläggningstillgångar		
Övriga fordringar	0,2	0,2
Summa	0,2	0,2
Övriga fordringar som är omsättningstillgångar		
Valutaderivat	26,2	3,4
Övrigt	12,1	12,8
Summa	38,3	16,2

NOT 14 VARULAGER

Koncernen	2010-08-31	2009-08-31
MSEK		
Färdiga varor och handelsvaror	702,9	735,8
Summa	702,9	735,8

Varulager redovisas enligt principerna i not 1.

NOT 15 FÖRUTBETALDA KOSTNADER OCH UPPLUPNA INTÄKTER

	Koncernen		Moderbolaget	
MSEK	2010-08-31	2009-08-31	2010-08-31	2009-08-31
Förutbetalda hyreskostnader	59,2	55,6	–	–
Förutbetalda bankkostnader	0,1	0,1	–	–
Övrigt	36,5	34,3	3,9	8,4
Summa	95,8	90,0	3,9	8,4

NOT 16 RÄNTEBÄRANDE SKULDER

Information om företagets avtalsmässiga villkor avseende räntebärande skulder och om företagets exponering för ränterisk samt risk för valutakursförändringar återfinns i not 21.

Koncernen	2010-08-31	2009-08-31
MSEK		
Långfristiga skulder		
Avrättningar	42,4	65,1
Banklån	1 500,0	1 500,0
Checkräkningskredit	335,4	555,7
Summa	1 877,8	2 120,8
Kortfristiga skulder		
Checkräkningskredit	13,8	–
Summa	13,8	–
Totalt	1 891,6	2 120,8

Moderbolaget	2010-08-31	2009-08-31
MSEK		
Långfristiga skulder		
Banklån	1 500,0	1 500,0
Checkräkningskredit	583,1	1 059,4
Summa	2 083,1	2 559,4
Kortfristiga skulder		
Checkräkningskredit	–	–
Summa	–	–
Totalt	2 083,1	2 559,4

Koncernen har en limit i bank för utestående rembursar till ett värde av 200 MSEK.

VILLKOR OCH ÅTERBETALNINGSTIDER

Gällande återbetalningstider se not 21 samt säkerheter/villkor not 24.

**Pensioner och andra ersättningar efter avslutad anställning
Förmånsbestämda planer**

Koncernen MSEK	2009-09-01 2010-08-31	2008-09-01 2009-08-31
Nuvärdet av helt eller delvis fonderade förpliktelser	179,8	191,1
Verkligt värde på förvaltningstillgångar	-137,4	-126,0
Netto helt eller delvis fonderade förpliktelser	42,4	65,1
Nuvärdet av nettoförpliktelsen	42,4	65,1
Nettoförpliktelse för förmånsbestämda planer	42,4	65,1

Nettobeloppet redovisas i följande poster i balansräkningen:

Avsättningar till pensioner	42,4	65,1
-----------------------------	------	------

AVSÄTTNING FÖR FÖRMÅNSBESTÄMDA ÅTAGANDEN

Inom koncernen finns såväl avgiftsbestämda som förmånsbestämda pensionsplaner. I avgiftsbestämda planer begränsas koncernens åtagande till fastställda avgifter som betalas till en separat juridisk enhet. Koncernens resultat belastas i den takt förmåna intjänas. I förmånsbestämda planer baseras koncernens åtagande på lön vid pensioneringstidpunkten och antalet tjänsteår. Koncernen bär risken för att utfästa ersättningar utbetalas.

I balansräkningen redovisas nettot av beräknat nuvärde av förpliktelserna och verkligt värde på eventuella förvaltningstillgångar som antingen en avsättning eller en långfristig finansiell fordran.

Förmånsbestämda planer beräknas enligt den så kallade "Projected Unit Credit Method". Metoden fördelar kostnaden för pensioner i takt med att de anställda utför tjänster för företaget som ökar deras rätt till framtida ersättning. Beräkningen utförs årligen av oberoende aktuarier. Företagens åtaganden värderas till nuvärdet av förväntade framtida utbetalningar.

Byte av redovisningsprincip enligt IAS 1 Utformning av finansiella rapporter har inneburit att aktuariella vinster och förluster i sin helhet redovisas i övrigt totalresultat. Dessa redovisades tidigare i sin helhet direkt mot eget kapital.

Åtaganden för ålderspension och familjepension för tjänstemän i Sverige tryggs genom en försäkring i Alecta. Enligt ett uttalande från Rådet för finansiell rapportering, UFR 3, är detta en förmånsbestämd plan som omfattar flera arbetsgivare. För räkenskapsåret 2009/2010 har koncernen inte haft tillgång till sådan information som gör det möjligt att redovisa denna plan som en förmånsbestämd plan. Pensionsplanen enligt ITP som tryggs genom en försäkring i Alecta redovisas därför som en avgiftsbestämd plan. Alectas överskott kan fördelas till försäkringstagarna och/eller de försäkrade. Per 30 juni 2010 uppgick Alectas överskott i form av den kollektiva konsolideringsnivån till 134 procent

**Förändringar av den i balansräkningen redovisade
nettoförpliktelsen för förmånsbestämda planer**

Koncernen MSEK	2010-08-31	2009-08-31
Nettoförpliktelse för förmånsbestämda planer per den 1 september	65,1	54,9
Utbetalda ersättningar	-5,0	-5,1
Inbetalda avgifter	-3,1	-2,8
Intäkt (- tecken)/kostnad redovisad i resultaträkningen	2,3	4,1
Aktuariella vinster/förluster	-17,8	14,1
Övrigt	1,1	-
Valutakursdifferenser	-0,2	-0,1
Nettoförpliktelse för förmånsbestämda planer per den 31 augusti	42,4	65,1

Kostnad redovisad i resultaträkningen avseende förmånsbestämda planer

Koncernen MSEK	2009-09-01 2010-08-31	2008-09-01 2009-08-31
Kostnader avseende tjänstgöring innevarande period	1,0	1,9
Räntekostnad på förpliktelsen	7,2	7,6
Förväntad avkastning på förvaltningstillgångar	-5,0	-5,4
Effekter av reduceringar och regleringar	-0,9	-
Summa nettokostnad i resultaträkningen	2,3	4,1

Kostnaden redovisas i följande rader i resultaträkningen:

Koncernen MSEK	2009-09-01 2010-08-31	2008-09-01 2009-08-31
Kostnad för sålda varor	-	0,8
Försäljningskostnader	-	1,0
Finansiella intäkter/kostnader	2,3	2,3
	2,3	4,1
Faktisk avkastning på förvaltningstillgångar	9,6	-4,8

Antaganden för förmånsbestämda förpliktelser

De väsentligaste aktuariella antagandena per balansdagen (uttryckta som vägda genomsnitt)

Sverige respektive Norge	Sverige		Norge	
	2010	2009	2010	2009
Diskonteringsränta per den 31 augusti	4,0 %	3,92 %	2,5–3,2 %	3,5–4,1 %
Framtida löneökning	n/a	n/a	4,5 %	4,0 %
Framtida ökning av pensioner	1,5 %	2,0 %	1,5–4,25 %	1,5–3,75 %
Inflation	1,5 %	2,0 %	-	-
Förväntad avkastning	4,0 %	3,92 %	4,4–5,7 %	5,1 %

NOT 18

ÖVRIGA AVSÄTTNINGAR

Koncernen**Årets förändring**

MSEK	2010-08-31	2009-08-31
Redovisat värde vid periodens ingång	–	7,7
Outnyttjade belopp som har återförts under perioden	–	–7,7
Redovisat värde vid periodens utgång	–	–

NOT 19

ÖVRIGA SKULDER

Koncernen

MSEK	2010-08-31	2009-08-31
Kortfristiga		
Mervärdesskatt	56,0	53,5
Personalskulder	35,2	55,8
Presentkort	21,9	19,2
Räntederivat	63,7	66,0
Valutaderivat	8,3	46,5
Övrigt	5,4	1,3
Summa	190,5	242,3

Skulder som förfaller till betalning senare än fem år efter balansdagen

Av skuld för presentkort löper en viss del av skulden i det svenska rörelsedrivande dotterbolaget över längre period än fem år eftersom giltighetstiden för presentkortet är tio år.

Moderbolaget

MSEK	2010-08-31	2009-08-31
Kortfristiga		
Räntederivat	63,7	66,0
Övrigt	1,9	2,2
Summa	65,6	68,2

NOT 20

UPPLUPNA KOSTNADER OCH FÖRUTBETALDA INTÄKTER

MSEK	Koncernen		Moderbolaget	
	2010-08-31	2009-08-31	2010-08-31	2009-08-31
Personalskulder	155,4	183,4	4,7	6,0
Finansiella kostnader	1,4	5,1	1,1	4,9
Övrigt	86,2	118,3	0,6	0,9
Summa	243,0	306,8	6,4	11,8

Koncernen är genom sin verksamhet exponerad för olika slag av finansiella risker. Med finansiella risker avses fluktuationer i företagets resultat och kassaflöde till följd av förändringar i valutakurser, räntenivåer, refinansierings- och kreditrisker.

Hanteringen av koncernens finansiella risker är koncentrerad till en central finansfunktion. Denna arbetar utifrån den finanspolicy som styrelsen fastställt. I styrelsen finns ett revisionsutskott som bland annat har till uppgift att bevaka finanspolicyens utformning samt efterlevnad och vid behov föreslå förändringar till styrelsen.

Koncernens finansfunktion ansvarar för kapitalanskaffning, likviditetshantering samt valuta- och ränteriskhantering. Ansvaret gäller både för moderbolaget och för koncernen som helhet. Finansfunktionen ansvarar även för finansiella policyfrågor samt fungerar som internt bank för koncernens dotterbolag. Den övergripande målsättningen för finansfunktionen är att tillhandahålla en kostnadseffektiv finansiering samt att minimera negativa effekter på koncernens resultat genom marknadsfluktuationer.

Kapitalstruktur

Bolaget har ett starkt kassaflöde bland annat beroende på det positiva resultatet samt att rörelsekapitalet i stort varierar kring noll. Detta medför att bolagets expansion inte har krävt ökat rörelsekapital. Bolagets profil och inriktning gör dessutom att resultatet över tiden bör ha förutsättningar att vara relativt stabilt. Mot denna bakgrund består bolagets finansiering till en betydande del av lånat kapital. Målet är att räntebärande skulder inte ska överstiga 3 gånger resultat före avskrivningar. Riktlinjerna är oförändrade jämfört med föregående räkenskapsår.

Likviditetsrisker

Med likviditetsrisk (även kallat finansieringsrisk) avses risken att finansiering inte alls kan erhållas eller erhållas endast till kraftigt ökade kostnader. Enligt finanspolicyn ska det alltid finnas tillräckligt med likviditet för att möta oförutsedda utgifter och investeringar. Dessutom har förfallotidpunkterna på de finansiella skulderna till huvudsaklig del lagts långt fram i tiden för att inte begränsa likviditeten.

Företagets finansiella skuld uppgick per 31 augusti, 2010 till 1 849 (2 056) MSEK. Utöver detta finns en checkräkningskredit i multivaluta uppgående till motsvarande 350 (350) MSEK av vilka 14 (0) MSEK hade utnyttjats per 31 augusti, 2010. Checkräkningskrediten redovisas som kortfristig eftersom årsvis omsättning sker av kontrakten. Lånevillkoren är kopplade till ett antal överenskomna convenanter.

Ränterisker

Ränterisken kan dels bestå av förändring i verkligt värde, prisrisk, dels förändringar i kassaflöde, kassaflödesrisk. En betydande faktor som kan förändra ränterisken utgörs av räntebindningstiden. Långa räntebindningstider påverkar främst kassaflödesrisken. Kortare räntebindningstider påverkar prisrisken.

Totalt 80 procent av koncernens låneskulder har lagts om till fast ränta genom ränteswapar.

Hantering av koncernens ränteeponering är centraliserad, vilket innebär att den centrala finansfunktionen ansvarar för att identifiera och hantera denna exponering.

Enligt finanspolicyn räntesäkras ca 75 procent av de lån vilkas förfallotidpunkter ligger mer än ett år framåt i tiden. Derivatinstrument som exempelvis ränteswapkontrakt används för att hantera ränterisken. I redovisningen tillämpas säkringsredovisning när en effektiv koppling finns mellan säkrat lån och ränteswapen se vidare not 1 Redovisningsprinciper.

Per den 31 augusti 2010 hade företaget ränteswapar med ett kontrakts värde på 1 600 (1 600) MSEK.

Swaparnas verkliga värde netto uppgick den 31 augusti 2010 till -64 (-66) MSEK bestående av tillgångar om 0 (0) MSEK och skulder om 64 (66) MSEK.

Totala räntekostnader inkl ränteswapar uppgick till ca 89 (84) MSEK för räkenskapsåret vilket motsvarar ca 1,9 procent av koncernens kostnader. En förändring av räntenivån med en procentenhet skulle påverka den årliga räntekostnaden med cirka 21 MSEK.

Räntebärande skulder

KappAhl har tillgängliga kreditlöften om totalt 2 650 MSEK, av vilka 1 849 MSEK var utnyttjat vid utgången av räkenskapsåret.

Låneförfallstruktur

ÅR	Kontrakterade krediter	Varav utnyttjat
2011	350	14
2012	–	–
2013	2 300	1 835
2014	–	–
2015 och senare	–	–
Totalt	2 650	1 849

Kreditrisker

Kreditrisk i finansiell verksamhet

Den finansiella riskhanteringen medför en exponering för kreditrisker. Det är främst motpartsrisk i samband med fordringar på banker och andra motparter som uppstår vid köp av derivatinstrument. Finanspolicyn anger att enbart internationellt välrenommerade banker ska användas.

Kreditrisk i kundfordringar

Eftersom att koncernen i allt väsentligt säljer kontant till kund är kreditriskerna i kundfordringar minimal.

Valutarisker

Koncernen är exponerad för olika typer av valutarisker genom att verksamheten bedrivs i flera olika länder och genom på att inköp till stor del sker i främmande valuta.

Transaktionsexponering

Koncernen har intäkter och kostnader i ett antal valutor. Därmed är KappAhl exponerad för valutafluktuationer. Denna valutarisk benämns transaktionsexponering och påverkar koncernens rörelseresultat. Finanspolicyn anger ramarna för hantering av denna risk innebärande att flöden upp till tolv månader kan säkras. De utländska bolagen har i allt väsentligt både intäkter och kostnader i sina lokala valutor. Detta medför att koncernens transaktionsexponering enklast illustreras genom valutaflödena i Sverige:

Valuta	2009-09-01–2010-08-31		2008-09-01–2009-08-31	
	Utflyde	Inflyde	Utflyde	Inflyde
MUSD	168	–	160	–
MEUR	33	37	29	30
MNOK	–	563	–	567
MPLN	–	51	–	29

Koncernen klassificerar sina terminskontrakt som används för säkring av prognostiserade flöden som kassaflödessäkringar. Det verkliga värdet på terminskontrakt använda för att säkra prognostiserade flöden uppgick netto till 18 (-43) MSEK per den 31 augusti 2010. Tillgångarna uppgick till 26 (3) MSEK och skulderna till 8 (46) MSEK vilka redovisats i balansräkningen.

Omräkningsexponering

KappAhl redovisar resultat- och balansräkningar i svenska kronor. Delar av koncernen redovisar i annan valuta än svenska kronor vilket medför att KappAhl:s konsoliderade resultat och egna kapital är exponerat för valutakursrörelser. Denna valutarisk benämns omräkningsexponering och valutasäkras ej.

forts. not 21

Utländska nettotillgångar i koncernen fördelar sig på följande valutor:

Koncernen	2010-08-31	2009-08-31
Valuta	Belopp MSEK	Belopp MSEK
NOK	102	101
EUR	40	5
PLN	41	22
CZK	8	–
HKD	5	3

VERKLIGT VÄRDE

Redovisat värde på finansiella tillgångar och skulder i balansräkningen överensstämmer med verkligt värde. Nedanstående tabell visar vilka poster i balansräkningen där redovisningsprinciperna för finansiella instrument tillämpas.

Klassificering av finansiella tillgångar och skulder i balansräkningen enligt nedan.

Tillgångar i balansräkningen	2010-08-31	2009-08-31
Kundfordringar	4,2	3,0
Övriga kortfristiga fordringar;		
Valutaderivat	26,2	3,4
Likvida medel	26,5	20,8
Summa	56,9	27,2

Förfallotid på koncernens finansiella skulder inklusive beräknade räntebetalningar.

	Redovisat värde	Inom ett år	Mellan ett och två år	Mellan två och tre år	Mellan tre och fyra år	Upp till 5 år	Totalt kontrakterat kassaflöde
Banklån och checkräkningskrediter*	1 849	88	74	1 909	–	–	2 071
Leverantörsskulder	217	217	–	–	–	–	217
Ränteterminskontrakt*	64	–	–	–	–	–	–
Valutaterminskontrakt, netto	8	8	–	–	–	–	8
Totalt	2 138	313	74	1 909	–	–	2 296

*Vid beräkning av räntebetalningar för lån och checkräkningskrediter har i räntan beaktats effekten av ränteterminskontrakten utifrån aktuell situation vid årsbokslutet.

NOT 22

OPERATIONELL LEASING

Leasingavtal där företaget är leasetagare

Icke uppsägningsbara leasingbetalningar uppgår till:

	Koncernen		Moderbolaget	
MSEK	2010-08-31	2009-08-31	2010-08-31	2009-08-31
Inom ett år	1,4	2,0	–	–
Mellan ett år till fem år	1,4	1,7	–	–
Summa	2,8	3,7	–	–

Utöver ovanstående operationella leasingavtal har koncernen tecknat hyresavtal för butikslokaler som har ingåtts på normala, marknadsmässiga villkor: Hyror enligt avtalade hyreskontrakt i koncernen (exklusive eventuell omsättningsbaserad hyra) uppgår till MSEK:

Inom ett år	88,9
Mellan ett och fem år	1 343,4
Mer än fem år	703,7

Rörelseresultatet har belastats med 634 (577) MSEK avseende kostnader för förhyrda butikslokaler: Hyreskostnaden baseras på fast hyra och/eller omsättningsbaserad hyra.

NOT 23

INVESTERINGSÅTAGANDEN

Koncernen

Under 2010 har koncernen slutit ett antal avtal av mindre värde om att förvärva materiella anläggningstillgångar för främst butiksetableringar. Samtliga avtal ligger under den totala investeringsram som koncernen har. Denna är för det kommande räkenskapsåret på en högre nivå än utfallet för det räkenskapsår som avslutas 31 augusti 2010. Åtaganden förväntas bli reglerade under det följande räkenskapsåret.

NOT 24**STÄLLDA SÄKERHETER OCH
EVENTUALFÖRPLIKTELSE**

MSEK	Koncernen		Moderbolaget	
	10-08-31	09-08-31	10-08-31	09-08-31
Eventualförpliktelser				
Garantiåtaganden, FPG/PRI	0,4	0,5	Inga	Inga
Köpgaranti	0,2	0,2	Inga	Inga
Summa eventualeförpliktelser	0,6	0,7	Inga	Inga

Istället för ställda säkerheter använder sig KappAhl av covenant/lånevillkor.

Se not 30 för beskrivning och bedömning av tulltvist i Norge.

NOT 25**NÄRSTÅENDE**

Det har inte förekommit några transaktioner med närstående.
Bolaget har inga utestående teckningsoptioner eller konvertibler.

NOT 26**ANDELAR I KONCERNFÖRETAG****Moderbolaget**

MSEK	2010-08-31	2009-08-31
Akkumulerade anskaffningsvärden		
Vid årets början	3 143,8	3 143,8
Utgående balans	3 143,8	3 143,8

Specifikation av moderbolagets och koncernens innehav av andelar i koncernföretag

Dotterföretag / Organisationsnummer / Land	Antal andelar	Andel i %	2010-08-31	2009-08-31
			Redovisat värde	Redovisat värde
KappAhl Sverige AB, 556060-4158, Sverige	60 000	100,0	1 271,1	1 271,1
KappAhl AS, 947659138, Norge	41 749	100,0	1 269,1	1 269,1
KappAhl OY, 07585064, Finland	200	100,0	300,0	300,0
KappAhl Fastigheter AB, 556750-5481, Sverige	1 000	100,0	303,6	303,6
Indirekt ägt via KappAhl OY				
KappAhl Åland AB, 1737564-2, Mariehamn	100	100,0	—	—
Indirekt ägda via KappAhl Sverige AB				
KappAhl Polska Sp. z o.o, 526-22-60-963, Polen	10 000	100,0	—	—
KappAhl Czech Republic s.r.o, 26447142, Tjeckien	10 000	100,0	—	—
KappAhl Far East Ltd, 438724, Hong Kong	10 000	100,0	—	—
KappAhl i Mölndal AB, 556714-1444, Sverige	1 000	100,0	—	—
KappAhl Mode Holding AB, 556545-0037, Sverige	186 872 155	100,0	—	—
KappAhl Fashion Holding AB, 556714-1444, Sverige	10 000	100,0	—	—
			3 143,8	3 143,8

NOT 27**KASSAFLÖDESANALYS**

Kassaflödesanalys har upprättats enligt indirekt metod.

Betalda räntor och erhållen utdelning

MSEK	Koncernen		Moderbolaget	
	2009-09-01 2010-08-31	2008-09-01 2009-08-31	2009-09-01 2010-08-31	2008-09-01 2009-08-31
Erhållen utdelning från andelar i dotterföretag	–	–	253,9	426,1
Erhållen ränta	1,1	1,0	–	4,9
Erlagd ränta och övriga finansiella poster	–89,1	–84,4	–78,7	–98,1
Summa	–88,0	–83,4	175,2	332,9

Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet

MSEK	Koncernen		Moderbolaget	
	2009-09-01 2010-08-31	2008-09-01 2009-08-31	2009-09-01 2010-08-31	2008-09-01 2009-08-31
Avskrivningar	234,0	233,4	–	–
Avsättningar till pensioner	–4,3	–4,0	–	–
Övriga justeringar	18,9	13,4	–	–0,3
Summa	248,6	242,8		–0,3

Förvärv av dotterföretag

Koncernen MSEK	2009-09-01 2010-08-31	2008-09-01 2009-08-31
Köpeskilling:	273,0	303,6
Varav fastigheter	–	462,0
varav lån	–	–158,4
Avgår: Likvida medel i den förvärvade verksamheten	–249,4	–0,2
Påverkan på likvida medel, netto	23,6	303,4

NOT 28**FÖRVÄRV AV DOTTERFÖRETAG**

Under räkenskapsåret har följande dotterföretag förvärvats av KappAhl Sverige AB:

Företag	Förvärvstidpunkt	Andel kapital och röster %
KappAhl Mode Holding AB 556545-0037	2009-09-08	100
KappAhl Fashion Holding AB, 556541-5980	2010-06-11	100

KappAhl förvärvade Atnevoen AB, numera KappAhl Mode Holding AB för en kontant köpeskilling om 160 MSEK och har därmed erhållit skattemässiga underskott. Underskottsavdragen uppgår till 188 MSEK och dessa bedöms kunna utnyttjas från och med verksamhetsåret 2014/2015.

KappAhl förvärvade Credit Suisse Mälarkan Sweden AB, numera KappAhl Fashion Holding AB för en kontant köpeskilling om 113 MSEK och har därmed erhållit skatte-

mässiga underskott. Underskottsavdragen uppgår till 225 MSEK och dessa bedöms kunna utnyttjas från och med verksamhetsåret 2015/2016. De förvärvade bolagen bedriver i dag ingen verksamhet.

Förvärvade tillgångar utgörs av skattetillgångar om 23 MSEK. Efter förvärvet har omvärdering av skattetillgångarna skett vilket medfört en skatteintäkt om 84 MSEK. Transaktionskostnader har belastat resultatet om 3 MSEK.

NOT 29**KRITISKA UPPSKATTNINGAR OCH BEDÖMNINGAR**

Företagsledningen har med revisionsutskottet diskuterat utvecklingen, valet och upplysningarna avseende koncernens kritiska redovisningsprinciper och uppskattningar, samt tillämpningen av dessa principer och uppskattningar. Nedan beskrivna poster bedöms vara väsentliga i sammanhanget.

Nedskrivningsprövningar

Nedskrivningsprövningarna av goodwill och varumärken görs årligen och framgår av not 10.

Varulagervärdering

Varulagret har värderats till det lägsta av anskaffningsvärde och nettoförsäljningsvärde. Storleken av nettoförsäljningsvärde omfattar beräkningar bland annat utifrån bedömningar av framtida försäljningspriser; där bedömda prisnedsättningar beaktas. Verkligt utfall av framtida försäljningspriser kan komma att avvika från gjorda bedömningar.

Skatter

Förvärv av skattemässiga underskott värderas i enlighet med not 9.

Pensionsskuld

KappAhl har inför årsbokslut 09/10 prövat frågan om val av diskonteringsränta vid beräkning av pensionsskuld. Enligt KappAhls bedömning finns det skäl att anse att marknaden för företagsobligationer; företrädesvis bostadsobligationer; har den bredd och det djup som motiverar att söka stöd för diskonteringsräntan i denna marknad. KappAhl har därför i sitt ränteantagande utgått från bostadsobligationer med jämförbara löptider men anser i grunden att diskonteringsräntan borde baseras på företagsobligationer från icke bostadsföretag vilket bättre speglar den räntemarknad som bolag av KappAhls karaktär möter.

Tulltvist i Norge

Under räkenskapsåret 2005/2006 avgjordes en tvist med Tullverket i Norge till KappAhls fördel, vilken vann laga kraft under räkenskapsåret 2006/2007. Det har dock framkommit fortsatt krav från Tullverket, vilket strider mot det erhållna domslutet. Därför finns det fortfarande en osäkerhet i ärendet men bedömningen från bolaget och dess rådgivare är att domstolens tidigare uttalande är korrekt.

NOT 30**UPPGIFTER OM MODERBOLAGET**

KappAhl AB är ett svenskt registrerat aktiebolag med organisationsnummer 556661-2312, med säte i Mölndal.

Adressen till huvudkontoret är

Box 303, 431 24 Mölndal.

Koncernredovisningen för år 2009/2010 består av moderbolaget och dess dotterföretag, tillsammans benämnd koncernen.

Styrelsen och verkställande direktören försäkrar att årsredovisningen har upprättats i enlighet med god redovisningssed, ger en rättvisande bild av moderbolagets ställning och resultat samt att förvaltningsberättelsen ger en rättvisande översikt över utvecklingen av moderbolagets verksamhet, ställning och resultat och dessutom beskriver väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer som moderbolaget står inför. Styrelsen och verkställande direktören försäkrar också att koncernredovisningen har upprättats i enlighet med internationella redovisningsstandarder IFRS såsom de antagits av EU, ger en rättvisande bild av koncernens ställning och resultat samt att koncernförvaltningsberättelsen ger en rättvisande översikt över utvecklingen av koncernens verksamhet, ställning och resultat och dessutom beskriver väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer som koncernen står inför. De finansiella rapporterna godkändes för utfärdande av moderbolagets styrelse den 22 oktober 2010. Resultat- och balansräkningarna kommer att föreläggas årsstämman den 23 november 2010.

Mölndal den 22 oktober 2010

Finn Johnsson
Ordförande

Amelia Adamo
Ledamot

Paul Frankenius
Ledamot

Marie Matthiessen
Arbetstagarrepresentant

Jan Samuelson
Ledamot

Pernilla Ström
Ledamot

Rose-Marie Zell-Lindström
Arbetstagarrepresentant

Christian W. Jansson
VD

Vår revisionsberättelse har avgivits den 22 oktober 2010
PricewaterhouseCoopers AB

Bror Frid
Auktoriserad revisor

Revisionsberättelse

Till årsstämman i
KappAhl AB (publ)
Org nr 556661-2312

Vi har granskat årsredovisningen, koncernredovisningen och bokföringen samt styrelsens och verkställande direktörens förvaltning i KappAhl AB (publ) för räkenskapsåret 2009-09-01–2010-08-31. Bolagets årsredovisning och koncernredovisning ingår i den tryckta versionen av detta dokument på sidorna 35–67. Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för räkenskapshandlingarna och förvaltningen och för att årsredovisningslagen tillämpas vid upprättandet av årsredovisningen samt för att internationella redovisningsstandarder IFRS sådana de antagits av EU och årsredovisningslagen tillämpas vid upprättandet av koncernredovisningen. Vårt ansvar är att uttala oss om årsredovisningen, koncernredovisningen och förvaltningen på grundval av vår revision.

Revisionen har utförts i enlighet med god revisionssed i Sverige. Det innebär att vi planerat och genomfört revisionen för att med hög men inte absolut säkerhet försäkra oss om att årsredovisningen och koncernredovisningen inte innehåller väsentliga felaktigheter. En revision innefattar att granska ett urval av underlagen för belopp och annan information i räkenskapshandlingarna. I en revision ingår också att pröva redovisningsprinciperna och styrelsens och verkställande direktörens tillämpning av dem samt att bedöma de betydelsefulla uppskattningar som styrelsen och verkställande direktören gjort när de upprättat årsredovisningen och koncernredovisningen samt att utvärdera den samlade informationen i årsredovisningen och koncernredovisningen. Som underlag för vårt uttalande om ansvarsfrihet har vi granskat väsentliga beslut, åtgärder och förhållanden i bolaget för att kunna bedöma om någon styrelseledamot eller verkställande direktören är ersättningsskyldig mot bolaget. Vi har även granskat om någon styrelseledamot eller verkställande direktören på annat sätt har handlat i strid med aktiebolagslagen, årsredovisningslagen eller bolagsordningen. Vi anser att vår revision ger oss rimlig grund för våra uttalanden nedan.

Årsredovisningen har upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och ger en rättvisande bild av bolagets resultat och ställning i enlighet med god redovisningssed i Sverige. Koncernredovisningen har upprättats i enlighet med internationella redovisningsstandarder IFRS sådana de antagits av EU och årsredovisningslagen och ger en rättvisande bild av koncernens resultat och ställning. Förvaltningsberättelsen är förenlig med årsredovisningens och koncernredovisningens övriga delar.

Vi tillstyrker att årsstämman fastställer resultaträkningen och balansräkningen för moderbolaget och för koncernen, disponerar vinsten i moderbolaget enligt förslaget i förvaltningsberättelsen och beviljar styrelsens ledamöter och verkställande direktören ansvarsfrihet för räkenskapsåret.

Göteborg den 22 oktober 2010
PricewaterhouseCoopers AB

Bror Frid
Auktoriserad revisor

Bolagsstyrningsrapport

KappAhl AB (publ) är ett svenskt publikt aktiebolag vars aktier är noterade på Nasdaq OMX Stockholm. Bolagsstyrningen av KappAhl utgår ifrån lag, noteringsavtal, riktlinjer och god praxis. Denna rapport om bolagsstyrning har upprättats i enlighet med bestämmelserna i Svensk kod för bolagsstyrning ("Koden") samt 6 kap. 6-9 §§ Årsredovisningslagen och 9 kap. 31 § Aktiebolagslagen och avser räkenskapsåret 2009/2010. Revisorn har uttalat sig om att bolagsstyrningsrapport upprättats och om upplysningar enligt 6 kap 6 § andra stycket 2-6 Årsredovisningslagen (till exempel de viktigaste inslagen i bolagets system för intern kontroll och riskhantering i samband med den finansiella rapporteringen), är förenliga med årsredovisningens övriga delar.

KappAhls bolagsordning och annan ytterligare information om bolagsstyrningen i KappAhl finns på webbplatsen www.kappahl.com/ir.

TILLÄMPNING AV KODEN

KappAhl tillämpar Koden, dock med avviken att revisionsutskottet enligt Kodens punkt 10.1 ska bestå av minst tre styrelseledamöter medan KappAhls revisionsutskott består av två styrelseledamöter. Skälet till detta är att valberedningen och styrelsen bedömt att revisionsutskottet fungerar effektivt med två ledamöter och väl uppfyllt sina uppgifter enligt den instruktion som styrelsen fastställt.

AKTIER OCH AKTIEÄGARE ETC.

Aktiekapitalet i KappAhl AB (publ) uppgick per den 31 augusti 2010 till 10 720 000 kronor, fördelat på 75 040 000 aktier. Enligt Euroclears aktieägarregister hade KappAhl cirka 15 800 aktieägare per den 31 augusti 2010. De tio största aktieägarna, per den 31 augusti 2010 anges i förvaltningsberättelsen på sid 35. Mer information om de större aktieägarna finns på KappAhls webbplats.

ÅRSSTÄMMA

KappAhls högsta beslutande organ är årsstämman, vilken hålls inom sex månader från utgången av räkenskapsåret. Kallelse till årsstämma sker tidigast sex veckor och senast fyra veckor före stämman. Samtliga aktieägare som är upptagna i utskrift av aktieboken och som anmält deltagande i tid, har rätt att delta på stämman och rösta. De aktieägare som inte kan närvara själva kan företrädas av ombud.

Den senaste årsstämman som hölls var årsstämman den 25 november 2009 i Mölndal. Protokollet från årsstämman finns på KappAhls webbplats.

Då beslutades bland annat att omvälja en styrelse bestående av Finn Johnsson (ordförande), Amelia Adamo, Jan Samuelson, Pernilla Ström samt Paul Frankenius. Nästa årsstämma kommer att hållas kl 10.00 den 23 november 2010 på Idrottsvägen 14 i Mölndal. En aktieägare som önskar få ett ärende behandlat på årsstämman kan skicka en skriftlig begäran till KappAhl AB, Att: styrelsens ordförande, Box 303, SE-431 24 Mölndal. Begäran måste vara styrelsen tillhanda senast sju veckor före stämman, eller i vart fall i så god tid att ärendet, om så krävs, kan upptas i kallelsen till stämman.

VALBEREDNING

Val av styrelse

Årsstämman fastställde en instruktion och en arbetsordning för valberedningen. Den senare ska bestå av tre ordinarie ledamöter, vilka ska vara representanter för de tre största ägarna i bolaget per den 30 april. Styrelsens ordförande ska kontakta de tre största aktieägarna, samt adjungeras till beredningen. Den 21 maj 2010 offentliggjordes att valberedningen inför årsstämman den 23 november 2010 består av Kristian Lundius (Dutot Ltd.), Thomas Ehlin (Nordea fonder) och Henrik Didner (Didner & Gerge Fonder Aktiebolag), samt som adjungerad ledamot Finn Johnsson, styrelseordförande. Valberedningen representerade vid tredje kvartalets utgång cirka 25 procent av aktieägarnas röster.

Valberedningen höll sitt konstituerande möte den 5 juli 2010, och Kristian Lundius utsågs då till beredningens ordförande. Beredningen presenterar sina förslag i samband med kallelsen till årsstämman. Aktieägare som önskar lämna förslag till valberedningen hänvisas till vår webbplats.

Vid väsentliga ägarförändringar ska styrelsens ordförande kontakta den av de tre största ägarna som inte har någon ägarrepresentant och uppmana denne att utse sådan. När sådan ägarrepresentant utsetts ska denne vara ledamot i valberedningen och ersätta tidigare ledamot som inte längre representerar de tre största aktieägarna.

Valberedningen bedömer bland annat, mot bakgrund av koncernens behov, vilken kompetens och vilka egenskaper som styrelsens ledamöter bör ha. Avsikten är att skapa en ändamålsenlig styrelsesammansättning, samt att ledamöternas sammanlagda kompetens och erfarenheter ska ge en bred bas som passar väl sett utifrån det skede och den marknadssituation som KappAhl befinner sig i. Beredningen håller sig även uppdaterad om den allmänna utvecklingen i arvodesfrågor i svenska börsbolag. Styrelsens ordförande, Finn Johnsson, har under 2010 låtit genomföra en individuell utvärdering av arbetet i styrelsen och dess kommittéer (motsvarande utvärdering gjordes under föregående år). Resultatet har presenterats för valberedningen.

Valberedningen har bedömt att styrelsen fungerat väl i fullgörandet av sina uppgifter, att styrelsen är väl sammansatt och balanserad samt att ledamöterna har goda kunskaper inom, och erfarenheter från, olika områden och kompletterar varandra väl. Valberedningen har bedömt att inga andra styrelseledamöter än Paul Frankenius är beroende i förhållande till bolaget.

Inför årsstämman i den 23 november 2010 lämnar valberedningen förslag om ordförande vid stämman, antalet styrelseledamöter, styrelseordförande, övriga stämموالدا ledamöter samt instruktioner för nästa års valberedning. Valberedningen kommer även att lämna förslag till arvodering för arbete i styrelse och dess utskott. För arbete i valberedningen har ingen särskild ersättning utgått från bolaget till ledamöterna i valberedningen.

VAL AV REVISOR

På årsstämman 2008 utsågs PricewaterhouseCoopers AB till revisionsfirma, med auktoriserade revisorn Bror Frid som huvudansvarig revisor, för perioden fram till den årsstämma som hålls under det fjärde räkenskapsåret efter revisorsvalet. Bror Frid har till revisionsutskottet och styrelsen rapporterat sina observationer från revisionsarbetet. Inom ramen för nämnda arbete har årsredovisningen, bokföringen samt styrelsens och verkställande direktörens förvaltning granskats. Utöver revisionsuppdraget, vilket arvoderas enligt sedvanliga debiteringsnormer och principen om fast räkning, har

PricewaterhouseCoopers AB under räkenskapsåret tillhandahållit tjänster för ca 1,4 MSEK varav huvuddelen avser skattekonsultationer, konsultationer i samband med förvärv samt redovisningskonsultationer av diverse slag.

STYRELSEN

Allmänt

Styrelsen ansvarar för bolagets förvaltning av bolagets angelägenheter och organisation. Vid årsstämman i november 2009 valdes fem ordinarie ledamöter. I styrelsen ingår också två fackligt utsedda ledamöter som har var sin personlig suppleant. Advokat Jonas Frii har varit styrelsens sekreterare. Efter årsstämman den 25 november och fram till 31 augusti 2010 har styrelsen haft fem möten, vilka samtliga protokollförts. Ett möte har varit konstituerande möte och tre möten har varit ordinarie samt ett extra möte. Ledamöternas närvaro vid respektive möte framgår av nedanstående tabell.

Verkställande direktören, finansdirektören och i vissa fall medarbetare ur övriga ledningen har varit föredragande på styrelsemötena. Ersättning och andra förmåner till styrelsen av KappAhl framgår av not 5 på sidan 55. Styrelsens ledamöter innehar aktier i KappAhl vilket framgår av sidan 76–77.

Efter den 31 augusti 2010 har styrelsen haft ytterligare möten den 27 september respektive den 22 oktober 2010.

	Kon.Styrelsemöte Nr. 2009:7 25 nov 2009	Ord.Styrelsemöte Nr. 2009:8 17 dec 2009	Ord.Styrelsemöte Nr. 2010:1 22 mars 2010	Extra Styrelsemöte Nr. 2010:2 28 maj 2010	Ord.Styrelsemöte Nr. 2010:3 22 juni 2010
Finn Johnsson	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
Amelia Adamo		Ja	Ja	Ja	Ja
Paul Frankenius	Ja	Ja			
Jan Samuelsson	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
Pernilla Ström	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
Rose-Marie Zell-Lindström	Ja	Ja	Ja		Ja
Marie Matthiessen	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
Helena Blixt	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
Bodil Gummesson	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
Jonas Frii	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
Christian W. Jansson	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
Håkan Westin	Ja	Ja	Ja		Ja

ARBETET I STYRELSEN

Styrelsen ska mellan varje årsstämma hålla fyra till sex ordinarie möten. Möten sker normalt genom fysiskt sammanträffande på huvudkontoret i Mölndal. Extra möten kan ske per telefon. Ordföranden leder och organiserar styrelsens arbete. Inför varje möte utsänds förslag till agenda och underlag för de ärenden som ska behandlas på mötet. Förslaget till agenda utarbetas av ordföranden i samråd med verkställande direktören. Ärenden som föredras styrelsen är för information, diskussion eller beslut. Beslut fattas först efter diskussion och efter att samtliga närvarande ledamöter getts möjlighet att yttra sig. Styrelsens breda erfarenheter inom olika områden ger ofta en konstruktiv och öppen diskussion. Under året har ingen ledamot reserverat sig mot något beslutsärende. Öppna frågor följs upp löpande.

Styrelsen har inte inom sig gjort någon fördelning av styrelsens ansvarsområden, annat än vad som följer av styrelsens och utskottens arbetsordningar. Arbetsordningen för styrelsen fastställdes på det konstituerande styrelsemötet den 25 november 2009 och revideras varje år. Den reglerar fördelningen av arbetsuppgifter mellan ordförande, styrelse och utskott. I arbetsordningen anges bland annat vilka obligatoriska ärenden som ska tas upp vid varje ordinarie möte. Vid varje ordinarie möte lämnas dessutom rapporter från revisions-

utskottet och ersättningsutskottet, rapport från bolagsledningen, samt fattas beslut om etableringar och investeringar. Bland de mer väsentliga ärendena i styrelsen under året har varit diskussioner om framtida nyetableringar och expansion på ny geografisk marknad. Efter större händelser, eller i samband med längre uppehåll mellan styrelsemötena, sänder verkställande direktören dessutom ut en promemoria som beskriver verksamheten och marknadssituationen. Syftet med promemorian är att hålla styrelsen informerad om utvecklingen av bolagets verksamhet för att styrelsen ska kunna fatta väl underbyggda beslut. En gång per år utvärderar styrelsen verkställande direktörens arbete, varvid bolagsledningen inte närvarar. Styrelsen säkerställer kvaliteten i den finansiella rapporteringen dels genom eget arbete, dels genom det förberedande arbete som sker i revisionsutskottet, dels genom kontakt med revisorn. Styrelsen har, i samband med att revisionen avrapporteras, sammanträffat med revisorn.

STYRELSENS LEDAMÖTER

KappAhls styrelse består enligt ovan av sju ledamöter, inklusive ordföranden och arbetstagarrepresentanter, jämte två suppleanter. På sidorna 76–77 finns en redovisning av styrelsen, uppgifter om deras förtroendeuppdrag samt relevant aktieinnehav. Mer information om styrelsen finns på KappAhls webbplats.

VALBEREDNING

Valberedningen är aktieägarnas och bolagsstämmans organ för beredning av stämmans beslut i bl.a. tillsättningsfrågor.

BOLAGSSTÄMMA

Bolagsstämman är bolagets högsta beslutande organ. Stämman utser bolagets styrelse och revisor.

REVISOR

Revisor utses av bolagsstämman på förslag av valberedningen.

STYRELSE

Styrelsen och dess ordförande utses av bolagsstämman. Styrelsen svarar för bolagets organisation och förvaltningen av bolagets angelägenheter.

REVISIONSUTSKOTT

Bereder revisionsfrågor.

ERSÄTTNINGSPÅSKOTT

Bereder ersättningsfrågor.

VD OCH KONCERNLEDNING

VD och övrig företagsledning ansvarar för koncernens löpande verksamhet.

ERSÄTTNINGSGRUPP ETC.

Ersättningsutskottet utses av styrelsen vid dess konstituerande möte. Fram till årsstämman den 23 november 2010 består utskottet av Finn Johnsson (ordförande) och Amelia Adamo. Ersättningsutskottet bereder frågor om ersättningar och andra anställningsvillkor för ledande befattningshavare, samt även frågor om bonusutfall för ledningen och eventuella aktiebaserade bonusprogram. Styrelsens bedömning, vilken delas av valberedningen, är att samtliga utskottets ledamöter är oberoende i förhållande till KappAhls verkställande ledning. Utskottet leds av styrelsens ordförande och har sammanträffat under året för genomgång av bland annat bonusutfall. Arbetet i utskottet följer en skriftlig arbetsordning som styrelsen fastställt. Bland annat ska utskottet, utöver de avrapporteringar som sker vid varje styrelsemöte, minst en gång per år avge en skriftlig rapport till styrelsen, vilket skett den 15 september 2010. Utskottet har inte egen beslutanderätt, annat än inom den ersättningspolicy som årsstämman den 25 november 2009 fastställt för ledande befattningshavare. Den fastställda policyn innebär bland annat att en ledande befattningshavare ska erbjudas en fast lön som är marknadsmässig och baserad på ansvar och uppförande. Lön ska fastställas per kalenderår och en ledande befattningshavare kan, från tid till annan, erbjudas bonus som dock maximalt får uppgå till 50 procent av den fasta lönen. Eventuell bonus ska primärt vara baserad på rörelseresultat för KappAhl-koncernen.

För den ledande befattningshavaren och bolaget gäller sex månaders ömsesidig uppsägningstid. Avgångsvederlag förekommer inte. Ersättningspolicyn utvärderas varje år och föreläggs årsstämman för beslut.

REVISIONSUTSKOTTET

Även revisionsutskottet utses vid styrelsens konstituerande möte. Fram till årsstämman den 23 november 2010 består utskottet av Jan Samuelson (ordförande) och Pernilla Ström. Styrelsens bedömning, vilken delas av valberedningen, är att bägge ledamöterna är oberoende i förhållande till bolaget och bolagsledningen samt uppfyller erforderliga kompetenskrav inom redovisning och revision. Revisionsutskottet ska, utan att det påverkar styrelsens ansvar och uppgifter i övrigt, bl a övervaka bolagets finansiella rapportering och övervaka effektiviteten i bolagets interna kontroll avseende finansiell rapportering. Utskottet har i samband med att revisionen avrapporterats, sammanträffat med revisorn utan att verkställande direktören eller annan person från bolagsledningen närvarat. Under 2010 har arbete i utskottet bland annat avsett beredning av frågor om delårsrapporter, finansiering, valutafrågor och intern finansiell kontroll. Efter årsstämman 25 november 2009 och fram till den 31 augusti 2010 har utskottet haft tre möten, vilka samtliga protokollförts. Därefter har utskottet haft ytterligare ett möte. Styrelsens sekreterare är även revisionsutskottets sekreterare. Arbetet i utskottet följer en skriftlig arbetsordning som styrelsen fastställt. Utskottets protokoll delges styrelsen och rapportering sker vid varje styrelsemöte.

LEDNINGSGRUPP

KappAhls ledningsgrupp, samt deras aktieinnehav beskrivs på sidorna 74–75 samt på KappAhls webbplats.

RAPPORT OM INTERN KONTROLL

Ansvar för intern kontroll regleras i den svenska aktiebolagslagen och i Koden.

KONTROLLMILJÖ

Kontrollmiljön utgör grunden för intern kontroll. KappAhls kontrollmiljö består bland annat av organisationsstruktur, instruktioner, policies, riktlinjer, rapportering och definierade ansvarsområden.

Styrelsen har det övergripande ansvaret för den interna kontrollen avseende den finansiella rapporteringen. Styrelsen har fastställt en skriftlig arbetsordning som klargör styrelsens ansvar och som reglerar styrelsens och dess utskotts inbördes arbetsfördelning. Styrelsen har utsett ett revisionsutskott som har som huvudsaklig uppgift att säkerställa att fastlagda principer för den finansiella rapporteringen och interna kontrollen efterlevs samt att ändamålsenliga relationer med bolagets revisor upprätthålls. Styrelsen har även upprättat en instruktion för verkställande direktören och instruktion för ekonomisk rapportering till styrelsen i KappAhl.

Koncernens finansdirektör rapporterar resultatet av sitt arbete med intern kontroll till revisionsutskottet. Resultatet av revisionsutskottets arbete i form av observationer, rekommendationer och förslag till beslut och åtgärder rapporteras fortlöpande till styrelsen.

INTERN KONTROLL AVSEENDE FINANSIELL RAPPORTERING

Intern kontroll avseende den finansiella rapporteringen är en del av den totala interna kontrollen inom KappAhl vars process tar sin utgångspunkt i affärsmodellen. Intern kontroll avseende den finansiella rapporteringen syftar till att ge rimlig säkerhet avseende tillförlitligheten i den externa finansiella rapporteringen i form av delårsrapporter, årsredovisningar och bokslutskommunikéer och att den externa finansiella rapporteringen är upprättad i överensstämmelse med lag, tillämpliga redovisningsstandarder och övriga krav på noterade bolag.

RISKBEDÖMNING

KappAhls riskbedömning avseende den finansiella rapporteringen syftar till att identifiera och utvärdera de väsentligaste riskerna som påverkar den interna kontrollen avseende den finansiella rapporteringen i koncernens bolag, affärsområden och processer. De i koncernens arbete med intern kontroll identifierade väsentligaste riskerna avseende den finansiella rapporteringen hanteras genom kontrollstrukturer som i allt väsentligt bygger på avvikelserapportering från fastställda mål eller normer för till exempel valutasäkring och värdering av varulager.

INFORMATION OCH KOMMUNIKATION

Intern information och kommunikation handlar om att skapa medvetenhet hos koncernens medarbetare om externa och interna styrinstrument, inklusive befogenheter och ansvar. Information och kommunikation om interna styrinstrument för den finansiella rapporteringen finns tillgängligt för alla berörda medarbetare. Viktiga verktyg för detta är KappAhl's intranät och utbildningar.

AKTIVITETER 2009/2010

Under året har fokus varit på IT-säkerhet och värdering av väsentliga tillgångar.

INTERN REVISION

KappAhl har hittills inte funnit anledning att inrätta en särskild internrevisionsfunktion. Anledningen är att revisionsutskottet bedömt att den befintliga kontrollmiljön räcker för att uppnå motsvarande syfte.

Mölnadal den 22 oktober 2010

Finn Johnsson
Ordförande

Amelia Adamo
Ledamot

Paul Frankenius
Ledamot

Marie Matthiessen
Arbetstagarrepresentant

Jan Samuelson
Ledamot

Pernilla Ström
Ledamot

Rose-Marie Zell-Lindström
Arbetstagarrepresentant

Christian W. Jansson
VD

Revisorsyttrande över bolagsstyrningsrapporten enligt 6 kap. 9 § årsredovisningslagen (1995:1554)

Till årsstämman i
KappAhl AB (publ)
Org nr 556661-2312

UPPDRAG OCH ANSVARSFÖRDELNING

Vi har granskat bolagsstyrningsrapporten för KappAhl AB (publ) för räkenskapsåret 1 september 2009–31 augusti 2010. Bolagets bolagsstyrningsrapport är intagen på sidorna 69–73 i den tryckta versionen av detta dokument.

Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för bolagsstyrningsrapporten och för att den är upprättad i enlighet med årsredovisningslagen.

Vårt ansvar är att granska bolagsstyrningsrapporten så att vi kan lämna ett skriftligt yttrande enligt 6 kap. 9 § årsredovisningslagen.

UTTALANDE

Vi anser att bolagsstyrningsrapporten har upprättats i enlighet med årsredovisningslagen samt att den är förenlig med årsredovisningens och koncernredovisningens övriga delar.

Göteborg den 22 oktober 2010
PricewaterhouseCoopers AB

Bror Frid
Auktoriserad revisor



Christian W. Jansson
VD och koncernchef

Christian W. Jansson (född 1949) är VD och koncernchef för KappAhl sedan 2002. Han är styrelseordförande i Apoteket AB samt styrelseledamot i Bong AB och BRIS. Christian W. Jansson är Ekonomi Doktor h.c. och Civilekonom från Lunds universitet.

Aktieinnehav: 12 214 700 aktier via bolag.

Linda Hamberg
Försäljningsdirektör

Linda Hamberg (född 1951) är försäljningsdirektör för KappAhl sedan 2004 och anställd sedan 1981. Hon är styrelseledamot i AMF Fastigheter. Linda Hamberg har en civilekonomexamen från Handelshögskolan i Göteborg.

Aktieinnehav: 252 000 aktier

Kajsa Räftegård
HR- och informationsdirektör

Kajsa Räftegård (född 1965) är HR- och informationsdirektör för KappAhl sedan 2002 och anställd sedan 1995. Kajsa Räftegård har en socionomexamen från Göteborgs universitet.

Aktieinnehav: 152 000 aktier

Hans Jepson
Etableringsdirektör

Hans Jepson (född 1956) är etableringsdirektör för KappAhl sedan 2008. Hans Jepson är byggnadsingenjör.

Aktieinnehav: 2 700 aktier, 100 000 optioner



Mari Svensson
Inköpsdirektör

Mari Svensson (född 1963) är inköpsdirektör för KappAhl sedan 2004 och anställd sedan 2000. Styrelseledamot i EFG (European Furniture Group AB). Mari Svensson har en civilekonomexamen från Handelshögskolan i Göteborg.
Aktieinnehav: 212 000 aktier

Meta Ågren
Marknadsdirektör

Meta Ågren (född 1965) är marknadsdirektör för KappAhl sedan 2008. Meta Ågren har en civilekonomexamen från Lunds universitet.

Aktieinnehav: 100 000 optioner

Johanna Kjellberg
IT-direktör

Johanna Kjellberg (född 1958) är IT-direktör sedan 2008. Johanna Kjellberg har en Magisterexamen från Chalmers Tekniska högskola inom Industriell Organisation och Produktion.

Aktieinnehav: 50 000 optioner

Håkan Westin
Finansdirektör

Håkan Westin (född 1959) är finansdirektör för KappAhl sedan 2001 och anställd sedan 1989. Styrelseledamot i NetOnNet. Håkan Westin har en civilekonomexamen från Handelshögskolan i Göteborg och masterexamen från London Business School.

Aktieinnehav: 350 000 aktier

Aktieinnehav per den 31 augusti 2010.



Rose-Marie Zell-Lindström

(f. 1947). Rose-Marie Zell-Lindström är ledamot och arbetstagarrepresentant i KappAhl's styrelse. Rose-Marie Zell-Lindström är butikschef inom KappAhl. Rose-Marie Zell-Lindström har deltagit i utbildning för styrelseledamöter som hålls av Nasdaq OMX Stockholm.

Aktieinnehav: 0 aktier.

Finn Johnsson

(f. 1946). Finn Johnsson är ordförande i KappAhl's styrelse. Finn Johnsson är även ordförande i styrelserna för AB Volvo, Luvata Oy, Thomas Concrete Group AB, City Airline och EFG (European Furniture Group AB) samt ledamot i styrelserna för Skanska AB och AB Industrivärden. Finn Johnsson har en civilekonomexamen från Handelshögskolan i Stockholm.

Aktieinnehav: 2 000 aktier.

Amelia Adamo

(f. 1947). Amelia Adamo är styrelseledamot i KappAhl. Amelia Adamo är publicistiskt ansvarig för Amelia Publishing Group (tidskrifterna Amelia, Tara och M-magasin). Amelia Adamo är även styrelseledamot i Bonnier Tidskrifter AB, Expressen samt SSRS Holding AB. Amelia Adamo, som fått Stora Journalistpriset två gånger, har tidigare varit chefredaktör för tidningen Amelia, chefredaktör på Vecko-Revyn och biträdande redaktionschef på Aftonbladet. Amelia Adamo har en fil. kand. i samhällsvetenskap från Stockholms Universitet.

Aktieinnehav: 50 000 aktier.

Pernilla Ström

(f. 1962). Pernilla Ström är styrelseledamot i KappAhl. Pernilla Ström är även styrelseledamot i Bonnier AB, Uniflex AB, HQ AB, Sweco AB samt Sydsvenska Dagbladet AB. Pernilla Ström har studerat ekonomi vid Handelshögskolan i Stockholm och litteraturvetenskap m.m. vid Stockholms universitet.

Aktieinnehav: 90 000 aktier.



Marie Matthiessen

(f. 1965). Marie Matthiessen är ledamot och arbetstagarrepresentant i KappAhls styrelse. Marie Matthiessen arbetar som säljare inom KappAhl. Marie Matthiessen har deltagit i utbildning för styrelseledamöter som hålls av Nasdaq OMX Stockholm.

Aktieinnehav: 0 aktier.

Paul Frankenius

(f. 1958). Paul Frankenius är styrelseledamot i KappAhl. Paul Frankenius var viceVD för KappAhl 2002 till januari 2006. Innan Paul Frankenius började på KappAhl var han inköpsdirektör och viceVD för Jeans & Clothes Sweden AB. Paul Frankenius är även styrelseordförande för Swedbank Sjuhärads AB och Bockasjö AB samt styrelseledamot i Scorett Foot Wear AB.

Aktieinnehav: 0 aktier

Helena Blixt

(f. 1967). Helena Blixt är suppleant och arbetstagarrepresentant i KappAhls styrelse. Helena Blixt arbetar som säljare inom KappAhl. Helena Blixt har deltagit i utbildning för styrelseledamöter som hålls av Nasdaq OMX Stockholm.

Aktieinnehav: 100 aktier.

Bodil Gummesson

(f. 1955). Bodil Gummesson är suppleant och arbetstagarrepresentant i KappAhls styrelse. Bodil Gummesson är butikschef inom KappAhl. Bodil Gummesson har deltagit i utbildning för styrelseledamöter som hålls av Nasdaq OMX Stockholm.

Aktieinnehav: 0 aktier.

Jan Samuelson

(f. 1963). Jan Samuelson är styrelseledamot i KappAhl. Jan Samuelson är anställd i Accent Equity Partners AB och är även styrelseledamot i Accent Equity Partners AB, Scandic Hotels AB samt Jetpak AB. Jan Samuelson har en civilekonomexamen från Handelshögskolan i Stockholm.

Aktieinnehav: 0 aktier.

Aktieinnehav per den 31 augusti 2010.

Finansiell kalender

Årsstämma	23 november 2010	Årsredovisning 2010/2011	oktober/november 2011
Första kvartalet (1 sep–30 nov)	22 december 2010	Årsstämma 2010/2011	november 2011
Andra kvartalet (1 dec–28 feb)	30 mars 2011		
Tredje kvartalet (1 mars–31 maj)	22 juni 2011	KappAhl's årsredovisning på svenska och engelska skickas till aktieägare och andra intressenter som efterfrågat den. Beställning kan även göras via www.kappahl.com/ir under rubriken "Beställning av tryckt information".	
Fjärde kvartalet (1 juni–31 aug)	29 september 2011		

Årsstämma

Årsstämma i KappAhl AB (publ) hålls tisdagen den 23 november 2010 kl 10.00 på KappAhl's huvudkontor i Mölndal på Idrottsvägen 14.

RÄTT ATT DELTA

Aktieägare som vill delta i stämman ska vara införd i den av Euroclear Sweden AB (tidigare VPC) förda aktieboken onsdagen den 17 november 2010, samt anmäla sig och eventuella biträden senast kl 12.00 samma dag via e-mail till stamma@kappahl.com. Anmälan kan också ske per telefon 031-771 55 00, fax 031-771 58 15, eller med post till KappAhl AB, Årsstämma, Box 303, 431 24 Mölndal.

Vid anmälan ska namn, adress, telefonnummer och organisations- eller personnummer samt registrerat aktieinnehav anges. Eventuella fullmakter ska vara skriftliga och lämnas senast på stämman, men ännu hellre före stämman. En fysisk person som företräder en juridisk person ska även lämna en vidimerad kopia av registreringsbevis. Fullmakt och registreringsbevis får inte vara äldre än ett år.

Aktieägare som har sina aktier förvaltarregistrerade genom banks notariatavdelning eller enskild fondhandlare, måste tillfälligt låta registrera aktierna i eget namn för att kunna delta på stämman. Sådan tillfällig ägarregistrering måste

vara verkställd senast onsdagen den 17 november 2010. Det innebär att aktieägaren i god tid dessförinnan måste meddela förvaltaren.

FULLSTÄNDIG KALLELSE

Fullständig kallelse publiceras separat och i enlighet med bolagsordningens bestämmelser.

Välkommen!

Definitioner

Bruttomarginal Bruttoresultat i förhållande till nettoomsättning.

Direktavkastning Utdelning i förhållande till aktiekursen.

EBIT Rörelseresultat, dvs resultat före finansiella poster.

EBITDA Rörelseresultat före avskrivningar.

Eget kapital per aktie Eget kapital/antal aktier i genomsnitt.

GfK Growth from Knowledge GfK genomför marknadsundersökningar med datainsamling, bearbetning och analys.

Kurs/Eget kapital Börsvärdet i förhållande till eget kapital.

Medelantalet anställda Genomsnittligt antal anställda omräknade till heltidsanställda.

Netto räntebärande skulder Räntebärande skulder minus likvida medel.

Netto räntebärande skulder/EBITDA (gångar) Netto räntebärande skulder/EBITDA för närmast föregående tolv månaders period.

Nettotillgångar Tillgångar exklusive likvida medel och räntebärande finansiella fordringar minskat med rörelseskulder, ej räntebärande avsättningar och skatteskulder.

P/E-tal Aktiekurs dividerat med vinst per aktie.

Räntetäckningsgrad (gångar)

EBITDA/räntenetto exklusive engångsposter, för närmast föregående tolv månaders period.

Rörelsemarginal Rörelseresultat i förhållande till nettoomsättning.

Soliditet Eget kapital/balansomslutningen.

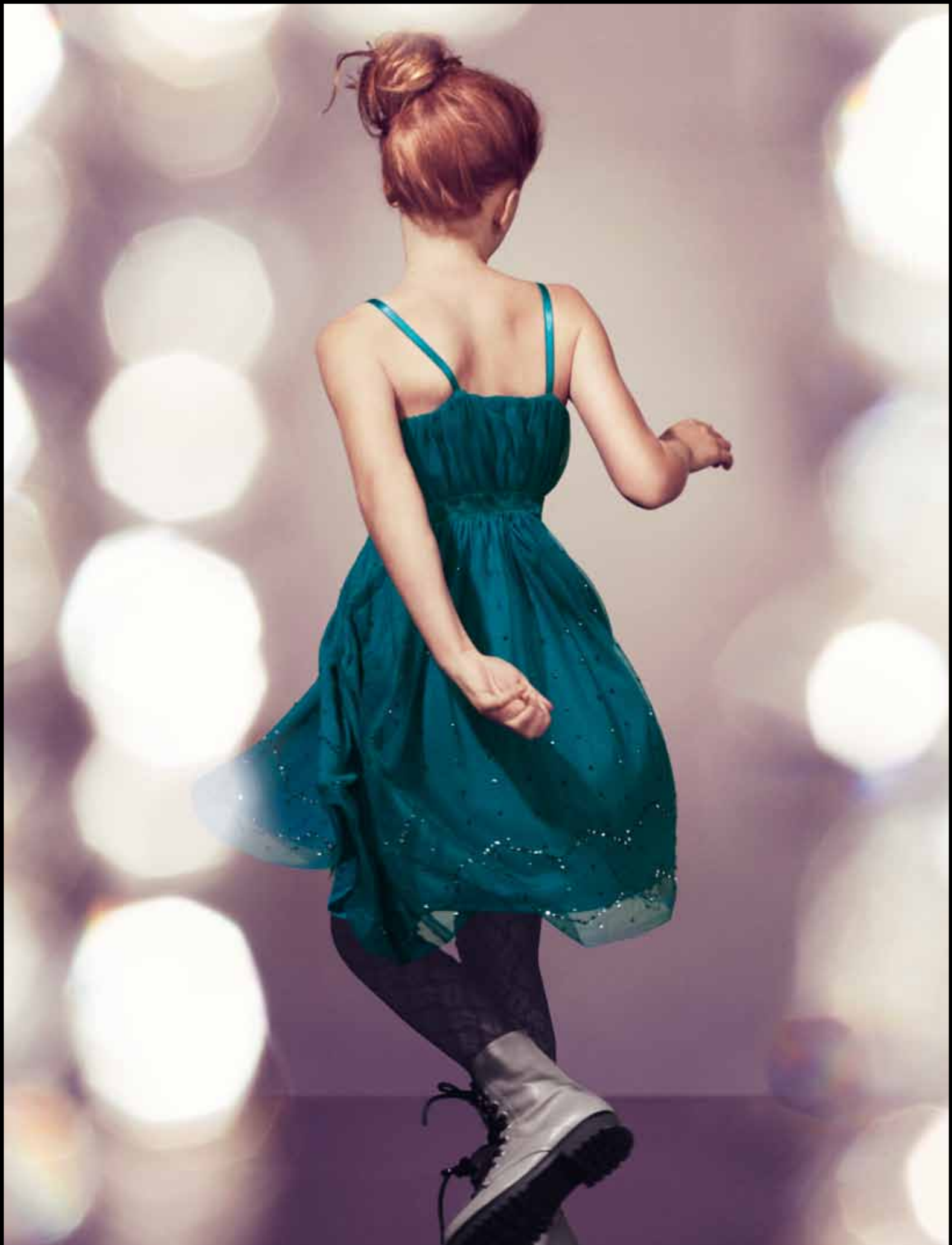
Utdelningsandel Utdelningen i relation till resultat efter skatt. För innevarande år beräknas den föreslagna ännu ej beslutade utdelningen.

Vinst per aktie Resultat efter skatt/genomsnittligt antal aktier.

Vinst per aktie efter utspädning

Resultat efter skatt/genomsnittligt antal aktier efter full utspädning.

KappAhl gör bedömningen att det inte krävs en ordlista för övriga termer som används i denna publikation. Orsaken är att förekommande bransch- och företagsspecifika begrepp, såsom exempelvis design, mode och passform, får anses vara väl etablerade i det allmänna språkbruket.



Anteckningar

This image shows a blank sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins or other markings on the paper.



KappAhl®

KappAhl AB (publ)

Box 303 • Besöksadress: Idrottsvägen 14
431 24 Mölndal

Tel 031-771 55 00 • Fax 031-771 58 15

www.kappahl.com