

Fiskars Oyj Abp Börsmeddelande 11 september 2014 kl. 16.30 EET

Fiskars köper ledande amerikanska bevattningsvarumärken Nelson och Gilmour

Fiskarskoncernen har undertecknat en överenskommelse om att förvärva trädgårds- och bevattningsverksamheten Bosch Garden and Watering, inklusive de ledande amerikanska bevattningsvarumärkena Gilmour och Nelson, av företaget Robert Bosch Tool Corporation. Köpet förstärker och diversifierar Fiskars varuportfölj inom trädgårds- och gårdsskötsel.

Bosch Garden and Watering-verksamheten är förlagd till Peoria i den amerikanska delstaten Illinois och i sortimentet ingår slangar, slangkopplingar, sprinklers, munstycken, spraykannor och bevattningstimers under varumärkena Gilmour och Nelson. I förvärvet ingår alla tillgångar och leasingkontrakt som är förknippade med verksamheten samt produktionsverksamheter i Missouri i USA och Ningbo i Kina. Bevattningsverksamheten sysselsätter kring 440 personer, av vilka cirka 270 arbetar i USA.

Köpeskillingen för verksamheten och de tillhörande tillgångarna är 30,0 miljoner dollar, eller ungefär 23,2 miljoner euro, men kommer att påverkas av ändringar i rörelsekapitalet vid slutförandet av affären. Affären ska godkännas av myndigheterna, men väntas äga rum under det fjärde kvartalet 2014.

År 2013 omsatte Bosch Garden and Watering-verksamheten 116,7 miljoner dollar (90,3 miljoner euro), men i verksamheten ingick då produktlinjer som sedan dess har lagts ner. Enligt Fiskars bedömning var verksamheten inte lönsam år 2013. Bevattningsbranschen är en säsonsbransch där toppen i verksamheten i allmänhet infaller under årets andra kvartal och effekten av förvärvet på Fiskarskoncernens försäljning väntas vara begränsad under år 2014, medan effekten på koncernens rörelseresultat (EBIT) utan poster av engångsnatur år 2014 väntas bli negativ. Affären finansieras med existerande krediter.

Den förvärvade bevattningsverksamheten kommer att bli en del av Fiskars Amerika-segment genast efter att köpet har slutförts och Fiskars planerar att bokföra de första kostnaderna av engångsnatur i samband med integreringen av verksamheterna redan år 2014. Förvärvet beräknas inte ha en positiv effekt på Fiskars rörelseresultat (EBIT) utan poster av engångsnatur år 2015. Med tiden kommer Fiskars att eftersträva synergieffekter genom produktinnovation och genom att kunna utnyttja kategoriangränsningar och smidigare processer för flera varumärken.

”Vårt förvärv av varumärkena Nelson och Gilmour passar bra ihop med Fiskars strategi: i den ingår att utnyttja tillfällen till tillväxt i kategorier som kompletterar vår nuvarande portfölj. Det här tillägget till koncernen för med sig branschledande kunskaper i bevattning, som globalt sett är en av de största kategorierna inom området trädgård”, konstaterar Fiskarskoncernens VD Kari Kauniskangas.

”Både Nelson och Gilmour är varumärken som har långa anor och är kända för kvalitet och innovation, vilket gör att de är starka tillskott till vårt sortiment inom trädgård och gårdsskötsel. Vi förutser att den här affären ger oss möjlighet att sätta in vår fulla energi och satsa resurser, begåvning och arbete på att nå

långt i den här kategorin samtidigt som det är till nytta för våra konsumenter och handelspartners”, säger direktören för Fiskars trädgårdsverksamheten i Amerika, Paul Tonnesen.

”Bosch är nöjd över att sälja den här verksamheten till Fiskars som är ett starkt och ansett företag”, konstaterar Heiko Fischer, VD för Robert Bosch Tool Corporation. “Power Tools -avdelningen i Nordamerika kommer att fortsätta att fokusera på vår kärnverksamhet, att skapa innovativa elverktyg både för gör-det-själv-marknaden och för yrkesbyggare. Power Tools -avdelningen i Europa kommer fortsättningsvis att producera elverktyg för vår trädgårdsverksamhet. Vi önskar Fiskars framgång inom den här sektorn och vi kommer att jobba hårt för att se till att övergången för våra samarbetsparter och kunder blir smidig.”

FISKARSKONCERNEN

Kari Kauniskangas
Verkställande direktör

Bilder på Nelson och Gilmour produkter hittar ni på koncernens nätsidor
<http://www.fiskarsgroup.com/sv/media/bild-bank>.

För mer information:

- Fiskarskoncernens kommunikationsdirektör: Anu Ilvonen, tfn +358 204 39 5446
- Robert Bosch LLC:s medie- och PR-direktör Cheryl Kilborn, tfn +1 248 876 1167, cheryl.kilborn@us.bosch.com, www.bosch.us

Fiskars 365 - Århundraden av stolthet och passion för design. Varje dag.

Fiskars grundades år 1649 i Fiskars Bruk och är idag en ledande leverantör av konsumentprodukter för hem, trädgård och uteliv. Fiskars produkter säljs i mer än 60 länder och hjälper att lösa vardagliga problem och göra olika sysslor i hemmet, trädgården och ute i det fria lättare och roligare världen över - tack vare sin överlägsna design och funktionalitet. Fiskars är noterat på NASDAQ OMX Helsinki och gruppens omsättning var 799 milj. euro år 2013. Koncernens internationella varumärken är Fiskars, littala och Gerber. www.fiskarsgroup.com/365

Gilmour

[Gilmour](#) är känt för sina högklassiga produkter för gräsmattor och trädgårdar. Produkterna bygger på forskning, ingenjörskunskap, testning och förbättring. Under årens lopp har varumärket lanserat flera innovationer inom sin bransch, inklusive det första munstycket med pistolgrepp år 1949 och den första sekatorn med mothåll som såldes i USA, med rötter på 1850-talet.

Nelson

[Nelson](#) blev den första sprinklerproducenten i USA år 1911. Till Nelsons innovationer hör bland annat en roterande sprinkler, en svängande sprinkler som beaktar storleken på gräsmattan som ska bevattnas och en sprinkler som kan stänga av sig själv. Bolaget brinner för exaktbevattning (att undvika överbevattning) och strävar efter att spara på såväl naturresurser som konsumenternas vattenavgifter.

Robert Bosch Tool Corporation

Boschkoncernens elverktygsdivision, Power Tools Division, är marknadsledare i eldrivna verktyg, tilldelar till elverktyg och mätverktyg i världen. Med en personal på cirka 19 000 presterade man år 2013 en omsättning på 4,0 miljarder euro (5,2 miljarder dollar). Av omsättningen kom 90 procent från utanför

Tyskland. Med varumärken som Bosch, SKIL och Dremel satsar divisionen på att sätta kunden i fokus och på tekniska framsteg. Bolagets centrala framgångsfaktorer är dess innovativa styrka och innovationshastighet. Ungefär 35 procent av omsättningen år 2013 byggde på produkter som har funnits på marknaden i mindre än två år. Under år 2014 lanserar Bosch Power Tools igen mer än 100 nya produkter på den tyska marknaden, fördelade på fyra affärsverksamhetssegment: elverktyg, tillbehör, måttverktyg och trädgårdsredskap.