



Pressmeddelande 6 april 2020

Bygghemma Group byter varumärke till BHG och lanserar uppdaterad corporate identity

Bygghemma Group First ("BHG") byter idag varumärke till BHG. Därutöver lanserar BHG en uppdaterad corporate identity för webb och övrig kommunikation. Förändringarna är ett naturligt led i BHG:s utveckling och syftar till att framhålla BHG:s resa, från en svensk e-handelspionjär inom DIY till den ledande onlineaktören inom Home improvement, d.v.s. DIY och heminredning, i Europa, med marknadens mest kompletta ekosystem av produkter och tjänster för hemmet.

BHG:s vd och koncernchef, Adam Schatz, kommenterar: "Vårt nya varumärke, BHG, och nya corporate identity återspeglar vad vi erbjuder marknaden och som vi sammanfattar i vår mission statement; "We make living easy". Sedan BHG startade inom DIY online har vi utvecklats till ett högteknologiskt onlineföretag, med över 85 onlinedestinationer, där heminredning och DIY står för ca. hälften vardera av vår försäljning. Vi erbjuder därutöver marknadens bredaste utbud av kända externa och starka egna varumärken, kopplade till ett omfattande tjänste- och serviceutbud, såsom produktexpertis, showrooms, egna leveranser och ett eget installationsnätverk. Samtliga delar utgör fundamenten i det vi kallar "the BHG Ecosystem".

Under de senaste sex månaderna har BHG:s produktsortiment vuxit med över 60 procent till drygt 800 000 unika produkter samtidigt som över hälften av försäljningen består av egna varumärken, varav majoriten utgörs av möbel- och inredningsprodukter. Det gör att BHG i nuläget är fem gånger större än närmaste konkurrent inom inredning och DIY online.

BHG:s strategi bygger på fyra hörnpelare; 1) fortsatt utvidgning av BHG:s redan marknadsledande sortiment, 2) prismatchning av marknadens lägsta priser, 3) att skapa den mest tilltalande digitala köppplevelsen och 4) att erbjuda marknadens bästa professionella vägledning, service och support till BHG:s kunder. Därutöver fortsätter BHG att i snabb takt öka andelen egna varumärken. Koncernens mål är att på medellång sikt nå 10 miljarder i försäljning och 7 procent EBIT-marginal.

Det juridiska namnet för BHG förblir f.n. Bygghemma Group First AB, men på årets bolagsstämma kommer en ändring av namn att föreslås. Kortnamnet som används i börslistan för Nasdaq Stockholm, Mid Cap, är fortsatt och kommer att förbli BHG. Besök BHG:s nya hemsida på wearebhg.com eller byggghemmagroup.se för att se hur vi ser ut.

Bilder och videos: wearebhg.com/media

För mer information, vänligen kontakta:

Adam Schatz, vd och koncernchef för BHG

Telefon: +46 (0) 709 32 43 00. E-post: adam.schatz@byggghemmagroup.se

Johan Hähnel, Ansvarig för investerarrelationer

Tel: +46 (0) 70 605 63 34. E-post: johan.hahnel@byggghemmagroup.se

Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersoners försorg, för offentliggörande den 6 april 2020 kl 17.00 CEST.



Om BHG

BHG är den största onlineaktören inom konsumenthandel i Norden. Vi har utöver våra nordiska verksamheter också en betydande närvaro i stora delar av Öst-, och Centraleuropa. Vår starka position på våra marknader innebär att vi är den största aktören i Europa inom Home improvement, som innefattar både Do-It-Yourself och Heminredning. Genom vårt ekosystem av onlinedestinationer, som kompletteras och understöds av fysiska showrooms och ett omfattande service- och tjänsteutbud, såsom last-mile leveranser och installationer, erbjuder vi marknadens ledande utbud av välkända externa och egna varumärken. Totalt uppgår antalet unika produkter i gruppen till över 800 000, vilket tillsammans med vårt övriga utbud, utgör ett komplett erbjudande inom DIY, fritidsprodukter, möbler och heminredning.

I Gruppen ingår över 85 onlinedestinationer, innefattande till exempel: www.bygghemma.se, www.trademax.se, www.chilli.se och www.furniturebox.se - och över 70 showrooms. Vårt huvudkontor ligger i Malmö och vi har verksamheter i de flesta Europeiska länder. BHG är noterat på Nasdaq Stockholm, med tickern BHG.

BHG:s e-handelsverksamheter har över 1 500 anställda som varje dag arbetar för att skapa en optimal köppplevelse genom kombinationen av ett oöverträffat produktutbud och smart teknologi, kombinerat med ledande produktexpertis och ett brett utbud av service- och tjänster.