

Odd Molly International AB (publ)
Stockholm den 26 mars 2019

Odd Molly gör varumärkessatsning och samarbetar med Aggregate Media via riktade nyemissioner om totalt 5 MSEK

Odd Molly genomför offensiva marknadssatsningar under 2019 för att stärka varumärkeskännetecken och försäljning i såväl egna kanaler som hos återförsäljare. I samband med detta har ett avtal ingåtts med Aggregate Media som medför effektiv exponering i breda kanaler. Styrelsen har beslutat att utnyttja delar av det mandat som bolagsstämman 2018 gav och genomför som led i denna satsning en riktad kvittningsemission och en riktad kontant nyemission om totalt 5 MSEK till Aggregate Media om totalt 500 000 aktier till kursen 10 SEK.

I slutet av 2018 formulerade Odd Molly en uppdaterad tillväxtstrategi för att stärka digital och internationell tillväxt med minskad kostnadsmassa, komplexitet och kapitalbindning. I det pågående utvecklingsarbetet fokuserar bolaget på varumärke och hållbarhet samt optimering av sortiment och försäljningskanaler.

Ambitionen är att stärka varumärkespositionen och skapa förutsättningar för att bli ett internationellt välkänt varumärke. Vitaliseringen av Odd Molly som varumärke är därför ett prioriterat arbete i strategin. Det nya uttrycket, som formats i samarbete med en strategisk varumärkesbyrå, kommer att synas i bolagets kampanjer från och med månadsskiftet mars/april. Varumärket kommer att representeras av starka kvinnliga ambassadörer som, liksom Odd Molly, har modet att gå sin egen väg. Musikerna och systrarna Neneh Cherry och Titiyo blir Odd Mollys ambassadörer under hela 2019. Systrarna blir ansikten utåt i kampanjer och delaktiga i arbetet runt kollektionerna.



Musikerna och systrarna Neneh Cherry och Titiyo.

”Det är första gången som jag och min syster gör något tillsammans i jobbsammanhang. Så det känns extra roligt att Odd Molly tänkte på oss. Odd Molly är ett märke som inte varit självskrivet i min garderob, men nu är jag sugen på mer färg och mönster. Därför känns tajmingen och utmaningen helt rätt. Ska bli jättekul att göra den här resan ihop”, säger Titiyo om samarbetet med Odd Molly.

”Odd Molly som modevarumärke har alltid stått för att våga gå sin egen väg. Och nu påbörjar vi en ny resa. Därför är vi väldigt glada och stolta över att presentera ett längre samarbete med två unika artister och personligheter som står för liknande värden som vi”, säger Jennie Högstedt Björk, VD på Odd Molly.

För att nå maximal effekt i spridningen av budskapet har bolaget tillsammans med olika samarbetspartners formulerat en ny medie- och kanalstrategi. När det gäller mediaköp arbetar Odd Molly med Aggregate Media för att nå optimalt medieutrymme på ett kostnadseffektivt sätt. Aggregate Media investerar i medieutrymme som expensionskapital tillsammans med bolag som är i en expensionsfas för att nå ut till en bredare marknad på rätt sätt, i rätt kanaler.

Till grund för samarbetet med Aggregate Media har Odd Molly beställt mediautrymme för 2,5 MSEK som Odd Molly har betalt för genom att genomföra en riktad kvittningsemission till Aggregate Media om 250 000 aktier till ett pris om 10 SEK per aktie. Därtill har Odd Molly kontant erlagt 2,5 MSEK till Aggregate Media för mediautrymme som ska utnyttjas fram till och med den 31 december 2020. Aggregate Media har tecknat sig för en riktad kontant nyemission i Odd Molly för 250 000 aktier till ett pris om 10 SEK per aktie. Sammantaget har därmed Aggregate Media tecknat sig för 500 000 nyemitterade aktier i Odd Molly till ett pris om totalt 5 MSEK, vilket motsvarar cirka 5,6 procent av aktierna efter att aktierna har registrerats.

För ytterligare information kontakta:

Patrik Tillman, styrelsens ordförande
+46 733 50 61 20

Johanna Palm, CFO
+46 760 10 24 55

Denna information är sådan information som Odd Molly International AB är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersoners försorg, för offentliggörande den 26 mars 2019 kl. 15:45 CET.

OM ODD MOLLY

Odd Molly är ett svenskt bolag som designar, marknadsför och säljer mode med ett tydligt stilkoncept. Bolagets produkter säljs via egna kanaler samt via egna säljare och externa agenter och licenstagare till återförsäljare. En ökande andel av försäljningen kommer från Odd Mollys egna kanaler, främst från bolagets webbshop, som når drygt 40 länder. Bolaget har även egna fysiska butiker samt butiker som drivs av partners på utvalda marknader. Odd Mollys aktie handlas på Nasdaq Stockholm, small cap.

OM AGGREGATE MEDIA

Aggregate Media investerar med media som expensionskapital i Sverige, Norge och Finland. Aggregate Media grundades 2002 och har sedan starten investerat i över 250 företag. Exempel på investeringar inkluderar Mathem, Babyshop, MrGreen, LeoVegas, Bygghemma, Storytel, Travelpartner, Servicefinder, Compricer, Stor&Liten, Bythjul, Lenson, Fortnox, Outnorth, Bemz och EcoRide.

Aggregate Medias fonder är gemensamt delägda av flera av Nordens största mediabolag där alla större mediaslag är representerade. Besök www.aggregatemedia.com för mer information.

Odd Molly International AB, Kornhamnstorg 6, 111 27 STOCKHOLM, Växel: +46 8 522 28 500
www.oddmolly.com

Pressbilder finns att ladda ned från Odd Mollys hemsida www.oddmolly.com under ”press”.

Odd Molly har även ett eget nyhetsbrev som rapporterar mindre nyheter från den dagliga verksamheten. För att prenumerera på det, gå till www.oddmolly.com.

