

# Aspen

## – Tillväxtbolaget som blivit ett av Nordens ledande badrumsmöbelbolag

### Bakgrund

Aspen grundades år 2002 i Jönköping av Jan Asplund. Jan, med en bakgrund inom badrumsbutiksbranschen såg ett behov av produkter med attraktiv design, hög kvalitet och innovativ funktionalitet och bestämde sig för att starta Aspen. Jan drev framgångsrikt Aspen som VD och ägare och år 2006 utnämndes Aspen av Dagens Industri till Gasellföretag i Jönköpings län, och fick 2007 utmärkelsen "Guldstickan" som årets marknadsförare i Jönköpings län. Valedo investerade i Aspen vid sidan av Jan Asplund år 2007, då en accelererad utvecklingsfas påbörjades.

### Vad har åstadkommit

Under Valedos ägarskap har Aspen utvecklats till ett av Nordens ledande badrumsmöbelföretag med ett stort och starkt växande återförsäljarnätverk bestående av fler än 350 utställande specialfackhandlare i Sverige, Norge och Danmark. Aspen har fokuserat på att förstärka sitt framgångsrika produkt erbjudande genom omfattande satsningar på utveckling av nya produkter. Vidare har Aspen investerat kraftigt i marknadsföring och försäljning på nya geografiska marknader såsom Norge och Danmark samt på försäljning till projektmarknaden.



*"Aspen har under flera år haft en mycket stark utveckling under Valedos ägarskap. Valedo har under hela sin tid som ägare visat ett stort engagemang och varit drivande i frågor hur bolagets strategiska position kan förstärkas och man har hela tiden haft modet och viljan att satsa resurser och kapital för att realisera bolagets potential. Valedo har även fungerat som ett mycket bra stöd i frågor kring succession och breddat ägarskap."*

Jan Asplund,  
grundare och tidigare huvudägare av Aspen

## Hur har vi arbetat?

För att kunna skapa ett ledande badrumsmöbelbolag har en rad initiativ sedan 2007 genomförts i Aspen:

- Implementering av en organisk tillväxtstrategi för att stärka positionen i Sverige och växa i övriga Nordiska länder
- Produktutveckling med lansering av nya produkter och ”face-lifts”
- Organisationsutveckling genom successionsplanering, rekrytering av nyckelpersonal och implementering av ett nytt finansiellt rapporteringssystem
- En styrelse har tillsatts med erfarenhet av att växa och utveckla bolag i synnerhet med Aspens karaktär med effektiv montering och logistik och med försäljning av konsumentprodukter med tillväxtfokus mot projektmarknaden
- Initiativ inom ”operational excellence” exempelvis kostnadsreduktionsprogram inom inköp
- Utbyggnad av monteringsanläggning för att möjliggöra försäljningstillväxt
- Ägarna har avstått utdelningar och istället investerat väsentliga belopp i verksamheten
- Nyckelpersonal i verksamheten har erbjudits delägarskap för att skapa långsiktighet och en gemensam agenda med ägarna

## Försäljning av Aspen

När Aspen under 2010 hade nått de ambitiösa mål som sattes upp i samband med Valedos förvärv 2007, började en försäljning att utvärderas.

Då ägarna kontaktades av intressenter för att förvärva Aspen och det samtidigt fanns signaler på en konsolidering av marknaden förstärktes logiken både från ägarnas och bolagets perspektiv att låta en ny ägare ta vid för att utveckla Aspen i bolagets nästa utvecklingsfas.

Resultatet var att Aspen under sommaren 2010 såldes till CapMan, en börsnoterad nordisk riskkapitalfond. I samband med förvärvet av Aspen, förvärvade CapMan även ett annat badrumsbolag, INR, som är fokuserat på duschlösningar, vilket ger Aspen och dess ledning en attraktiv möjlighet till fortsatt tillväxt genom ett ännu starkare kunderbjudande på existerande och nya marknader.

*”Genom en tydlig tillväxtstrategi har Aspens omsättning nästan fördubblats samtidigt som bolaget kraftigt stärkt sin lönsamhet. Trots ett svårt marknads läge har bolaget stärkt sin marknadsposition, vilket möjliggjorts genom ett fokuserat investeringsprogram för att tillvarata ett antal identifierade tillväxtpotentialer.”*

Pontus Eklind  
Verkställande Direktör i Aspen

