

Ny strategi: Ege Carpets vil vækste gennem forenkling og fokusering



Ege Carpets har i foråret 2020 formuleret en justering af strategi og koncernstruktur for at imødekomme en række tendenser i markedet for tæppeløsninger. Som følge heraf har ønsket om differentiering via en tydeligere markedstilgang, lokalt fokuseret salg og kundeopmærksomhed samt ambitionen om at levere markante, bæredygtige designløsninger motiveret til en tilpasning af den strategiske retning. Mere konkret rummer justeringen de tre nedenfor beskrevne bevægelser, som på sigt skal føre til realiseringen af en årlig vækst på 5-10% og et afkast på investeret kapital (ROIC) på 12%, når Covid-19 slipper sit tag i tæppebranchen.

1. Forenkling – fra koncern til én sammentømret enhed

Med tiden er virksomheden vokset via løbende tilkøb og derigennem erhvervelsen af nye brands. Nu er der brug for en struktur, der gør det lettere at skalere. Med en enkel brandfortælling vil koncernen gå til markedet med ét brand, nemlig Ege Carpets.

Internt er forenkling også afgørende, så i produktionen vil koncernen arbejde med at søge maksimal synergi og fjerne dobbeltfunktioner, ligesom der i markedsføringen vil blive kommunikeret ud fra fortællingen om ét brand. Konkret betyder det en justering fra at være en koncern (Ege Group) med selvstændige selskaber i form af Ege Carpets, Hammer Carpets, Bentzon Carpets og Carpet Concept til en forening af kræfterne i en fokuseret virksomhed med ét brand og én samlet produktion (Ege Carpets). Det skaber skala i markedsføring og produktion og baner vejen for en mere enkel struktur. Salgsorganisationen vil fortsat være lokalt til stede men undgår at bearbejde det samme land fra forskellige selskaber med forskellige brands. Efter en god overgangsperiode med delejerskab af datterselskaberne forenkles nu også ejerskabet til et fuldt ejerskab af alle datterselskaber i løbet af 2021. Den nye struktur forventes ligeledes implementeret inden udgangen af 2021.

2. Tydeliggørelse af purpose og skærpelse af servicetilgang

Ege Carpets vil gå fra at være blandt de gode til at være den bedste, når det drejer sig om at skabe gode kundeoplevelser via service i særklasse. Gennem en kundetilgang baseret på markedsfølsomt lederskab indenfor områderne design, agilitet, service og bæredygtighed skal Ege Carpets være det foretrukne brand for de tre primære kundesegmenter, som er kontorer, hoteller og marine.

3. Mere fokuseret indsats på markeder og i segmenter

Gennem et større fokus på kernesegmenterne vil Ege Carpets være førende i Europa. Som markedsleder i Danmark, Norge og Sverige ønsker Ege Carpets, at væksten skal komme fra de prioriterede markeder DACH, Storbritannien og Frankrig, som indeholder virksomhedens største potentiale. Koncernen har formået at etablere sig lønsomt i landene og er nu klar til for alvor at opbygge markedsandele.

Vil du vide mere?

Hvis du har spørgsmål, er du velkommen til at kontakte:

Mette Frydensbjerg Jacobsen, PR & Communications Responsible
9711 7464 / mfj@egecarpets.com