

Pressemeddelelse, 12. april 2021

**Verden har fået øjnene op for dansk lakrids:  
LAKRIDS BY BÜLOW når omsætning på over en kvart milliard**

**Regnskabsresultatet for 2020 bekræfter, at virksomheden har valgt den rigtige strategi ved at fokusere på direkte salg til kunder og internationalisering af forretningen på trods af en udfordrende tid.**

I dag offentliggør den danske konfekturvirksomhed LAKRIDS BY BÜLOW regnskabet for 2020. Selskabet når en samlet omsætning på 256 millioner kroner svarende til en vækst på 17 %, hvoraf 63 % kommer fra internationale markeder, og driftsresultatet (EBITDA) vokser med hele 56 % og når 38 millioner kroner.

”Med vores internationalisering af virksomheden og digitale omstilling er vi lykkedes med at vinde indpas i og skabe efterspørgsel på nye markeder uden for Danmark, hvor interessen for vores brand vokser. Vores bedrifter i 2020, på trods af nedlukninger og ændrede forhold, er rigtig flot gået. Vi er meget stolte, og hele virksomheden har leveret suverænt,” siger administrerende direktør Fredrik R. Nilsson og fortsætter:

”Idet vi oplever tocifret vækst, er det blevet en af vores vigtigste opgaver at bevare vores iværksætterånd og samtidig være klar til at konkurrere på et globalt marked. Her har bæredygtighed som en integreret del af vores forretning haft stor betydning. I 2019 introducerede vi et distinkt design af bæredygtig emballage bestående af 100 % genanvendt plast. Vi producerer alt vores lakrids på fabrikken i Danmark, som siden begyndelsen af 2020 har kørt på 100% grøn energi.”

En enig bestyrelsesformand, Tue Mantoni, tilskriver også resultatet virksomhedens strategiske rejse over tid.

”Tilbage i 2016 satte vi nogle klare mål om at ekspandere internationalt og komme tættere på vores kunder gennem digitalisering. Fra 2016 til 2020 er onlinesalget vokset fra 6 % af virksomhedens omsætning til 32 %, og vi ser fortsat et stort potentiale for yderligere digital vækst. I samme periode er det danske markeds andel af vores forretning faldet fra 67% til 37%, selvom vores salg i Danmark er vokset gennem perioden. Når man kan vokse kraftigt i udlandet, samtidig med, at hjemmemarkedet vokser støt, må man sige, at vores globale vækststrategi er lykkedes. Lakrids by Bülow er dog stadig en lille spiller på et stort globalt marked, så vi ser fortsat et stort potentiale for international vækst,” siger Tue Mantoni.

**Vil lære verden at elske lakrids**

LAKRIDS BY BÜLOW blev stiftet tilbage på Bornholm i 2007 af Johan Bülow, og siden har ambitionen været at lære verden at elske lakrids. Kontinuerlig udvikling på den kreative front og åben dialog med kunderne har derfor en essentiel betydning.

”Jeg er med til at sikre, at vi som brand hele tiden er i bevægelse, hvilket er vigtigt for at forblive relevante i fremtiden. Vores loyale kundebase vokser, og vores relation til dem er afgørende for vores udvikling, særligt når vi ekspanderer. Kunderne vil gerne involvere sig i vores brand, og modsat inspireres vi, når vi indgår i tæt dialog med dem og inviterer dem med i vores produktudvikling,” siger Johan Bülow, grundlægger og kreativ direktør hos LAKRIDS BY BÜLOW og fortsætter:

”Når man har et fysisk produkt som vores, er det vigtigt at man har mulighed for at smage det, inden man køber det. Men mange har siddet hjemme og savnet nye sensoriske smagsoplevelser, hvilket vi har oplevet i form af øget konvertering på vores digitale markedsføring.”

LAKRIDS BY BÜLOW's digitale forretningsmodel har vist, at man i en Covid-19-tid kan flytte forretningen med et fysisk produkt og blive en stærk digital spiller. Desuden har virksomhedens internationale strategi flyttet LAKRIDS BY BÜLOW fra at være en dansk virksomhed til en stærk international virksomhed.

Det gode resultat fra 2020 er med til at sikre investeringer i 2021, hvor ambitionen er at tage flere internationale markedsandele i blandt andet England og Tyskland, og dertil lanceres en ny webshop i USA. LAKRIDS BY BÜLOW vil skabe et endnu tættere forhold til deres kundebase, med en bedre brugeroplevelse og en mere interessant kunderejse i fokus både digitalt og i retail, der stadig er et vigtigt ben i forretningen hos LAKRIDS BY BÜLOW.

LAKRIDS BY BÜLOW har i dag 27 egne butikker, knapt 2000 forhandlere og sælger via sin webshop til 40 lande.

**Om LAKRIDS BY BÜLOW**

*LAKRIDS BY BÜLOW blev stiftet på Bornholm den 7. juli 2007. Gennem forrygende smagskombinationer og smagfuldt design er LAKRIDS BY BÜLOW på kort tid blevet et af danskernes yndlingsbrands. LAKRIDS BY BÜLOW har i dag egne butikker i Danmark, Sverige, Norge, Finland, de Forenede Arabiske Emirater og Tyskland. LAKRIDS BY BÜLOW produkter sælges hos mere end 2000 forhandlere fordelt på 25 lande. LAKRIDS BY BÜLOW har også en betydelig online forretning på [www.lakridsbybulow.com](http://www.lakridsbybulow.com). Som første konfekturveirksomhed i verden bruger LAKRIDS BY BÜLOW siden 2019 dåser i 100% genbrugt plast.*