

The Lexington Company AB (publ) Delårsrapport Januari - Juni 2017

08/23/17

FÖRBÄTTRAT RESULTAT FÖR LEXINGTON

APRIL – JUNI 2017

- Totala rörelseintäkter för perioden minskade till 53,9 (55,5) MSEK
- Bruttomarginalen uppgick till 69,3 (63,3) procent
- EBITDA uppgick till -3,0 (-7,2) MSEK
- EBITDA-marginalen uppgick till -5,6 (-12,9) procent
- Periodens resultat uppgick till -4,5 (-9,4) MSEK
- Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till -968 (718) KSEK
- Resultat per aktie uppgick till -1,11 (-1,92) SEK

JANUARI – JUNI 2017

- Totala rörelseintäkter ökade med 0,8 procent till 121,4 (120,4) MSEK
- Bruttomarginalen uppgick till 65,7 (61,5) procent
- EBITDA uppgick till -4,9 (-11,5) MSEK
- EBITDA-marginalen uppgick till -4,0 (-9,5) procent
- Periodens resultat uppgick till -9,0 (-17,6) MSEK
- Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till 1 504 (163) KSEK
- Resultat per aktie före och efter utspädning uppgick till -1,83 (-3,59) SEK

VD HAR ORDET

Under andra kvartalet har vi fortsatt arbeta med att stärka vår position online, bredda distributionen hos utvalda E-tailers, öka vår närvaro i sociala medier och öppnat flera Lexingtonbutiker. Vi har påbörjat en närmare integration mellan våra egna butiker och vår digitala handel, för att öka utbudet för kunden i butik och underlätta köp. Under nästa kvartal ska vi kunna erbjuda den möjligheten i alla våra butiker.

I juni öppnades vår första egna butik i Helsingfors i Finland. Vi har också öppnat en åttonde Lexingtonbutik i Norge, utanför Stavanger, samt flyttat, byggt om och nyöppnat vår butik på Hansakompaniet i Malmö.

En ny Franchisebutik har under kvartalet öppnats i prestigefulla Knokke i Belgien, och två nya Franchisebutiker har öppnats i Kina. Samtidigt stängde vi Lexingtonbutiken i Greenwich, Connecticut, USA, då hyreskontraktet där löpte ut.

Tyvärr har vi under kvartalet haft en ganska trög och negativ generell marknadsutveckling att kämpa mot i flera länder, vilket gjort att vår totala försäljning inte ökat under kvartalet. Det är framförallt hos de traditionella återförsäljarna på några marknader som den här svagare utvecklingen märks mest, vilket i sin tur drar ned vår försäljning till dem.

Affärsområdet Clothing fortsätter att utvecklas positivt och försäljningen ökar både i vår egen webbshop, i egna butiker och hos återförsäljarna, främst hos E-tailers. Vi ser däremot en viss minskning av försäljningen inom affärsområdet Home i perioden, främst hos några större återförsäljare som ett resultat av det tuffare klimatet på marknaden.

Genom den ökade försäljningen i egna kanaler, byte av produktionsland för vissa produktkategorier och bättre prisförhandlingar, ser vi en kraftig förbättring av bruttomarginalen både i kvartalet och ackumulerat. Det är oerhört viktigt för att förbättra lönsamheten framöver, och skapa förutsättningar för det fortsatta varumärkesbyggandet som är centralt för oss.

Kvartal två har historiskt alltid varit vårt svagaste kvartal, men som ett resultat av den förbättrade bruttomarginalen och en bra kontroll på kostnadsutvecklingen, når vi nu ett resultat i kvartalet som är bättre än föregående år, vilket känns bra.

Bolaget har också genomfört en företrädesemission under kvartalet. Kapitaltillskottet stärker vår finansiella ställning och ger oss större möjlighet att driva igenom nya projekt snabbare och med större kraft oavsett tidpunkt under året. Emissionslikviden på drygt 18 miljoner kom emellertid in till bolaget först efter kvartalets slut, under juli månad, och syns inte i siffrorna för kvartal två.

Under den närmaste tiden levererar vi ut våra höstkollektioner inom både Home och Clothing. Hösten är verkligen högsäsong för Home sortimentet, och viktig för årets resultat. Parallellt med det ser vi fram emot att träffa våra befintliga och nya kunder på de stora mässorna under augusti/september, där vi presenterar våra nya kollektioner för Spring/Summer 2018.

Welcome to our world! Welcome to our dream!

Kristina Lindhe

Verkställande direktör