

LINDEX

Forbedret resultat for Lindex i første kvartal av 2021

I dag presenterer Lindex sin delårsrapport og viser et forbedret resultat for første kvartal av 2021. En fortsatt rask digital vekst, bedre marginer og kostnadsbesparende tiltak bidro til det økte resultatet.



Lindex' driftsresultat* for januar-mars 2021 økte med 33 MSEK og utgjorde -146 MSEK (-179 MSEK 2020). Lindex' justerte driftsresultat økte med 88 MSEK og utgjorde -91 MSEK (-179 MSEK 2020). Det økte resultatet skjedde på grunn av moteselskapets raske digitale vekst, forbedrede marginer og de implementerte kostnadsbesparende tiltakene.

«Til tross for en tung start på 2021, med stadige utfordringer for våre fysiske butikker med periodiske nedstengelser i de fleste av salgsmarkedene våre, restriksjoner og redusert trafikk, har Lindex klart å justere driftsresultatet i første kvartal, sammenlignet med både 2019 og 2020. Den positive utviklingen viser at våre handlinger og anstrengelser har hatt en vellykket effekt, og at den fantastiske fleksibiliteten, bidraget og engasjementet til de ansatte har vært hovedgrunnen til suksess,» sier administrerende direktør Susanne Ehnåge.

Lindex' totale salg for første kvartal falt med 1,8 prosent i lokal valuta, og med 5,8 prosent i SEK. Det totale salget i mars økte imidlertid betydelig med 43,4 prosent i lokal valuta og med 38,0 prosent i SEK. Moteselskapet fortsatte den sterke veksten på nett, med en økning på 193 prosent i kvartalet. Det digitale salget utgjorde totalt 28,7 prosent av Lindex' salg i det første kvartalet, sammenlignet med 9,2 prosent for samme periode i fjor.

Lindex viser en bedre salgsvekst enn markedet i løpet av første kvartal for alle nordiske salgsland.

«Vi fortsatte å hente markedsandeler i alle de nordiske salgsmarkedene, og vårt høyt anerkjente og mer bærekraftige barnekolleksjon var Lindex' sterkeste forretningsområde, med en salgsøkning på 13 prosent i kvartalet. Nettsalget vårt ble nesten tredoblet i løpet av første kvartal og mer enn firedoblet sammenlignet med samme periode i 2019, noe som er en fantastisk utvikling. Den digitale utviklingen har blitt forsterket, og vi fortsetter med de strategiske investeringene våre for å gi kundene våre en enda mer inspirerende handleopplevelse,» sier Susanne Ehnåge.

Utvikling av nye forretningsmuligheter er en viktig del av moteselskapets arbeid. Samarbeidet med det nye undertøysmerket Closely, der Lindex er hovedeier, er et eksempel.

«Vi utvikler tilbudet vårt med fokus på kundens behov, mens vi fortsetter å arbeide og utforske mer bærekraftige og nyskapende forretningsmodeller. Samarbeidet med Closely er et spennende eksempel på hvordan vi kan skape nye forretningsmuligheter basert på Lindex' styrke. I mars lanserte Closely den nye BH-serien som overskred forventningene, og det totale salget ble tredoblet i løpet av én måned. Når jeg ser fremover, føler jeg at det fremdeles er en usikker tid, men jeg er overbevist om at vi som Lindex, med vår fleksibilitet, hastighet og den utrolige innsatsen til alle ansatte, vil fortsette å stå sterkt og klare seg godt for fremtiden,» sier Susanne Ehnåge.

* Lindex' driftsresultat og justerte driftsresultat blir rapportert, med unntak av IFRS16-leieavtaler.

For mer informasjon, kontakt:

Nina Haugen
Customer Experience Manager Norge
Mobil: 99 51 43 53
E-mail: nina.haugen@lindex.com

Lindex er en av Europas ledende motekjeder, med rundt 460 butikker i 19 land og salg online over hele verden gjennom tredjepartspartnerskap. Lindex tilbyr inspirerende og prisgunstig mote, og sortimentet inkluderer flere ulike konsepter innen damemote, barnemote, undertøy og kosmetikk. Lindex vokser, både i egne kanaler, franchise og sammen med globale moteplattformer. Lindex høyere formål er å styrke og inspirere kvinner overalt, og Lindex bærekraftløfte er å utgjøre en forskjell for fremtidige generasjoner ved å styrke kvinner, respektere planeten og sikre menneskerettighetene. Lindex er et heleid datterselskap av STOCKMANN plc. Mer informasjon er tilgjengelig på www.lindex.com.